

UNIVERSIDADE DO PORTO

Faculdade de Letras

**O OLHAR PORTUGUÊS SOBRE AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS:
POLÍTICA, MÍDIA E FRAMING**

Carolina Martins Duarte

Dissertação para obtenção do grau de
Mestre em Ciências da Comunicação,
variante Estudos de Media e
Jornalismo.

Orientador: Prof. Doutora Helena Lima

Porto, 2011

Aos meus pais João Laurindo e Marlene.

Pelo carinho, confiança e pelas imensas possibilidades proporcionadas.

Sempre com saudades.

Agradecimentos

À minha orientadora, Professora Doutora Helena Lima, pela disponibilidade e apoio no decorrer do meu percurso na Universidade do Porto.

Ao Augusto e João Paulo por serem simplesmente meus irmãos.

À Diana Andrade por acompanhar-me nessa fase final do mestrado, pela amizade e por fazer-me querer continuar sempre em frente.

Aos amigos que conheci na UP pelos cafés e sorrisos partilhados e por tornarem os momentos de ócio também momentos de criatividade.

E aos amigos que mesmo distantes estão sempre por perto.

ABSTRACT

The main objective of this investigation is to discover how was done the Portuguese *media* coverage of the Brazilian presidential election of 2010. It's relevant to say that this study was realized with a comparative study between two Portuguese newspapers and also a comparative study between the print version and online version of those journals. It's also important to say that the methodology used here was content analysis and the framing analysis.

A specific objective is try to discover patterns in the international news, trying to understand the role of the foreign correspondent in the *media* narratives both in the online and in the print version. Inside this theme this study will try to identify the differences that are between news produced by foreign correspondents from those news produced by local journalists about the Brazilian election.

It is important to make it salient that the focus in this theme has its origin from a personal curiosity that wonders how international news and the image of the foreign countries are mediated in the local media. Even knowing that this study only focus the question of the elections and framings it was possible to realize a little more about the dynamics between International Journalism and the Foreign Correspondent.

RESUMO

O objetivo central desta investigação é descobrir como foi feita a cobertura jornalística das eleições presidenciais brasileiras de 2010. É relevante dizer que para alcançar o objetivo central optou-se por fazer um estudo comparativo entre os dois jornais portugueses o Público e o Diário de Notícias e também comparativo entre as versões online e impressa destes jornais. Assim como também optou-se por usar como metodologia a análise de conteúdo associada ao *framing*.

Um objetivo específico é tentar encontrar padrões nas notícias internacionais. Isto é, tentar identificar o papel dos correspondentes internacionais nas narrativas jornalísticas dentro da versão online e em papel. Dentro desta questão buscar-se-á apurar a diferença que há entre notícias produzidas por correspondentes estrangeiros portugueses no Brasil daquelas produzidas pelos redatores da Editoria Internacional em Portugal.

É interessante ressaltar que o interesse nesta temática advém de uma curiosidade pessoal acerca de como a imagem dos países é tratada nos *media* locais e, ainda que este estudo tenha um recorte específico na questão da campanha eleitoral e dos *framings* relativos à este contexto pode-se perceber um pouco melhor a dinâmica do jornalismo internacional e dos correspondentes estrangeiros.

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 7 |
| CAPÍTULO 1 | 12 |
| Jornalismo Internacional..... | 12 |
| O desenvolvimento do jornalismo internacional, a globalização e o papel dos correspondentes estrangeiros..... | 15 |
| Globalização | 20 |
| CAPÍTULO 2 | 25 |
| Notícias internacionais e enquadramentos | 25 |
| Enquadramentos nas notícias sobre política..... | 32 |
| CAPÍTULO 3 | 38 |
| Metodologia: os procedimentos de análise..... | 38 |
| Objetivos e hipóteses | 43 |
| O <i>Corpus</i> | 44 |
| O Método de Análise..... | 45 |
| CAPÍTULO 4 | 52 |
| A cobertura Jornalística das presidenciais 2010 do Brasil: uma análise do jornal Público e do Diário de Notícias..... | 52 |
| Resultados encontrados no Público | 52 |
| Análise da produção dos correspondentes no Público..... | 55 |
| Análise de <i>Framing</i> | 58 |
| Resultados encontrados no Diário de Notícias..... | 60 |
| Análise da produção dos Correspondentes Estrangeiros no DN | 63 |
| Análise de Framing..... | 65 |
| Resultados encontrados na página online do Público..... | 67 |
| Resultados encontrados na página online do Diário de Notícias..... | 70 |
| CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS | 76 |
| REFERÊNCIAS..... | 79 |
| ANEXOS..... | 84 |

INTRODUÇÃO

Em 2010 ocorreram no Brasil as eleições presidenciais. Em um cenário no qual o Brasil experimenta um novo e talvez inesperado desenvolvimento econômico o ex-presidente, Luiz Inácio da Silva, mais conhecido como Lula, deixa o poder após oito anos à frente da presidência. Os resultados deste sufrágio nacional deram lugar à primeira presidente mulher brasileira, Dilma Rousseff.

Alguns conjuntos de fatores resultaram em uma aparente maior divulgação dos meios de comunicação sociais estrangeiros ou ao menos uma análise mais crítica por parte destes acontecimentos em solo brasileiro: 1) vive-se agora no Brasil um cenário econômico mais otimista; 2) os oito anos de governo lulista foram construídos em cima de uma mudança de postura nas políticas externas; e 3) possibilidades reais de uma mulher tornar-se presidente pela primeira vez na história brasileira.

A isso soma-se o fato de que a Constituição Brasileira não permite mais de uma reeleição, portanto, o ex-presidente Lula não pôde candidatar-se a um terceiro mandato em 2010. Diante deste cenário a sua sucessão foi motivo de especulação dos *media*.

Assim como também é impossível negar que Lula é por si só uma personagem política altamente mediática: advindo da região brasileira com menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), torna-se um retirante nordestino ainda criança quando muda-se com a família para São Paulo. Estado no qual torna-se líder sindical e anos mais tarde, contrariando mesmo as previsões mais otimistas, torna-se presidente do Brasil.

Sobre a situação política brasileira, após a tomada de posse de um ex-líder sindical como Presidente, Couto (2011) diz que “a chegada ao poder governamental de lideranças oriundas da classe trabalhadora organizada representa uma mudança crucial em nossas relações de poder, indicando o alcance de um patamar inaudito de democratização política - na medida em que a inclusividade do sistema político aumenta consideravelmente, abarcando setores historicamente excluídos” (COUTO, 2011).

Nestes oito anos o país também experimentou um novo e talvez inesperado desenvolvimento precedido por um longo período de estagnação econômica e inflação flutuante que marcaram os governos anteriores e de seu sucessor Fernando Henrique Cardoso (FHC).

Sobre o governo anterior de FHC, Macedo (2011) diz que este foi um período quase só marcado por crises e, portanto, FHC “assumiu um país que esteve perto da hiperinflação, também com seríssimos problemas fiscais, e outros legados difíceis. Precisou fazer ajustes fiscais e reformas, privatizações e tudo o mais. Mesmo a dívida interna tinha componente cambial, que explodia em reais com os choques externos, aos quais o país sucumbia por ter escassas reservas” (MACEDO, 2011).

Sobre os ajustes fiscais e reformas, privatizações, Sousa e Dietrich (1999) elencam as principais medidas anunciadas por FHC: “efectivação de cortes nos gastos públicos; aumento das contribuições dos funcionários públicos no activo ou aposentados para a segurança social; aumento da Contribuição Provisória sobre Movimentações Financeiras; desvio de parte do montante arrecadado em impostos e taxas, que actualmente é todo gasto em despesas orçamentais, para abatimento da dívida pública” (SOUSA, DIETRICH, 1999).

Entretanto, os oito anos de governo de Lula coincidiram com o Plano Real¹ e foram marcados por um gradual desenvolvimento econômico, como dito anteriormente e, também, por uma postura considerada nova em termos de política externa: uma política voltada para a América do Sul e dando prioridade à ações inusitadas. “Logo no primeiro mês de governo, evidenciaram-se as principais linhas da ação diplomática do Brasil. O Presidente decidiu – de forma inédita – participar tanto do foro social de Porto Alegre² quanto do foro econômico de Davos” (AMORIM, 2005).

O Governo Lula teve, em relação à política externa, um foco na busca do reconhecimento do país. Almeida (2004) distingue a política externa do Governo Lula em cinco pontos: 1) quanto à forma possui um carácter mais dinâmico e uma busca pelo prestígio internacional do país; 2) quanto ao conteúdo possui uma política mais assertiva e mais enfática em busca da soberania nacional e estabelecendo mais alianças com o Sul; 3) no que se refere à agenda diplomática há uma postura crítica assumida em relação à globalização e à abertura comercial; 4) no plano

1 O programa brasileiro de estabilização econômica é considerado o mais bem-sucedido de todos os planos lançados nos últimos anos para combater casos de inflação crônica. Combinaram-se condições políticas, históricas e econômicas para permitir que o Governo brasileiro lançasse, ainda no final de 1993, as bases de um programa de longo prazo. Organizado em etapas, o plano resultaria no fim de quase três décadas de inflação elevada e na substituição da antiga moeda pelo Real, a partir de primeiro de julho de 1994. Informações retiradas de <<http://www.fazenda.gov.br/portugues/real/planreal.asp>>. Acessado em 07/09/11.

2 Evento organizado por movimentos sociais de vários continentes que alterna de localização e tem como objetivo propor soluções para os diversos problemas sócio-econômicos mundiais em busca de uma transformação global. Tem como slogan: “Um outro mundo é possível”

político, são evidentes o projeto de reforçar a capacidade de “intervenção” do Brasil no mundo; 5) no plano econômico há uma busca pela alianças com países em desenvolvimento.

Este contexto é importante porque é ele que dita os acontecimentos das eleições presidenciais de 2010 no Brasil e faz com que esta tenha sido talvez não as mais importantes em termos históricos, mas sem dúvida, uma campanha eleitoral digna de nota ao revelar alguns novos atores políticos. O cenário político nas presidenciais de 2010 incluía um total de nove candidatos à presidência, sendo que apenas três tiveram considerável destaque durante as campanhas eleitorais. Tivemos, então, duas mulheres com capacidades reais de chegarem ao governo brasileiro e um político já conhecido dos brasileiros e que candidatava-se pela segunda vez ao cargo. Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva: a primeira foi ‘a escolhida’ do então presidente e representava, até certo ponto, a continuidade das políticas apresentadas durante os oito anos anteriores; o segundo, do mesmo partido do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (Partido do Movimento Democrático Brasileiro - PMDB), representou a direita do cenário político e; a terceira, do Partido Verde (PV), era a candidata da oposição com propostas novas voltadas para a sustentabilidade e o meio ambiente.

Colocado isto, há também um interesse especial deste estudo em tentar identificar o papel dos correspondentes internacionais nas narrativas jornalísticas em um contexto online. Dentro desta questão buscar-se-á apurar a diferença que há entre notícias produzidas por correspondentes estrangeiros portugueses no Brasil daquelas produzidas pelos redatores da Editoria Internacional em Portugal com o auxílio da Internet.

Ao considerar todos estes aspetos questionou-se a posição dos jornais portugueses sobre o tema, isto é, o tratamento noticioso dado ao tema. Este questionamento surge porque é possível dizer que a eleição presidencial no Brasil é um assunto que tem por si só uma natural repercussão mediática em Portugal, primeiro pelo fator histórico no qual as histórias destes países são interligadas com a colonização, “descobrimento” do Brasil por Portugal; segundo pela quantidade significativa de brasileiros a viver em Portugal (dados de 2009 do Ministério das Relações Exteriores do Brasil indicam cerca de 147.500 brasileiros a residir em Portugal) e, portanto, o país com o segundo maior colégio eleitoral fora do território brasileiro. “Em Lisboa, há 12.360 eleitores inscritos para votar – é o segundo maior colégio eleitoral no estrangeiro depois de Nova Iorque [...]. No Porto, há 10. 822 registados [...] (DIÁRIO DE NOTÍCIAS, 2010). Terceiro e, de vital importância, uma nova realidade de intercâmbio comercial e cultural

que se afigurou no desenvolvimento de uma nova ordem mundial. Como diz Souza (2004) ao ponderar sobre a relação existente entre estes países:

[...] parece-me correcto dizer que se estabeleceu, de facto, um novo quadro de relacionamento bilateral, marcado pela emancipação recíproca em relação a um passado colonial e pós-colonial que parecia condicionar a evolução das relações entre os dois povos. Para este fenómeno de emancipação terão contribuído as diferentes opções geoestratégicas de cada um dos países, designadamente a opção europeia de Portugal (União Europeia) e a opção (latino-americana do Brasil (Mercosul) (SOUZA, 2004).

Portanto, a questão central que guia este estudo é entender a perspectiva que é dada às eleições presidenciais brasileiras. Uma vez que é estabelecido a proximidade de relacionamento entre Brasil e Portugal qual é a visão que Portugal possui das eleições presidenciais brasileiras? Como foi feita a cobertura no meio impresso e no meio online? O que é possível perceber através da leitura dos textos dos correspondentes estrangeiros? Este trabalho considera que é impossível fugir da mediação e representação em um processo comunicacional.

Ao falar em padrões e construção social do conhecimento através dos *media* fala-se em descobrir qual é o sentido, a ênfase e quais os temas das mensagens jornalísticas para dessa forma compreender a estrutura do discurso e até mesmo a organização que está a ser estudada (ALTHEIDE, 1996). O jornalista ao escolher uma notícia já trabalha com a seleção, depois com a ênfase em algum aspeto do acontecimento e por consequência exclusão. Este processo – ênfase, seleção, exclusão, cria os enquadramentos, as 'visões de mundo', ainda que estas não sejam criadas de forma proposital é possível dizer que as notícias internacionais moldam a nossa visão sobre as outras nações.

Conectar a área de jornalismo internacional com o estudo de *framing* nas eleições é importante se pensarmos que os resultados achados vão nos dar uma pista no sentido de como as notícias internacionais são tratadas, mais especificamente o tema das Presidenciais no Brasil. Isto é, este estudo parte de um pressuposto de que há uma diferença – ainda que sutil – na forma como as notícias internacionais são produzidas e de que o correspondente internacional é um profissional de extrema importância para o desenvolvimento das notícias internacionais. Então, estudar dentro dessa área os *framings* de política é interessante para poder diferenciar formas de construir a notícia no jornalismo internacional.

Estabelecido isto o que irá discutir-se é como é feita a cobertura jornalística dos acontecimentos da época de presidenciais no Brasil e se é possível perceber alguma modificação

na estrutura das notícias do meio impresso para o meio online. Uma vez feita essa comparação também procurou-se por traços que possam determinar padrões de leituras nos peças produzidas por correspondentes estrangeiros e até mesmo a necessidade deles ou não.

Para fins de desenvolver melhor o que é proposto aqui dividiu-se este estudo em seis partes: introdução; jornalismo internacional; notícias internacionais e enquadramento; metodologia; cobertura jornalística e conclusão.

A primeira parte trata da introdução do tema: interesse, importância tanto em termos acadêmicos quanto para a atualidade. Também fala-se dos objetivos almejados com o desenvolvimento da investigação.

A segunda parte é sobre o jornalismo internacional. Elabora-se um um breve desenvolvimento histórico e conceitual sobre esta área, o tema também é tratado com consideração para o fato que estamos em uma era onde a Internet torna-se protagonista no processo de comunicação. Também faz-se considerações sobre quem é, o que faz e qual o papel do correspondente internacional dentro desse contexto.

A terceira parte é um desenvolvimento sobre o conceito de notícia internacional e enquadramentos utilizados em eleições pelos *media*. O objetivo principal desta parte é fazer uma ligação entre os dois conceitos e mostrar como as notícias internacionais podem ser permeadas por enquadramentos noticiosos.

A quarta parte discorre sobre a metodologia adotada, *corpus* e métodos. Explica conceitos de análise de conteúdo e *framing* e de como essas metodologias podem conectar-se. Como considera-se que a metodologia é de extrema importância para um estudo científico e um dos primeiros passos a ser dado durante o processo do estudo, optou-se por dar à metodologia um destaque especial.

A sexta parte é composta por resultados encontrados através da análise feita, é a cobertura jornalística dos jornais Diário de Notícias e Público das Presidenciais 2010 do Brasil. Aqui temos tanto a análise de conteúdo quanto a de *framing* com uma conexão com o desenvolvimento teórico deste estudo. Optou-se por separar os resultados encontrados na versão online dos jornais.

A sétima parte é a conclusão e considerações finais, contém um resumo da investigação efetuada com os resultados encontrados e inferições possíveis acerca do tema.

CAPÍTULO 1

Jornalismo Internacional

As nossas percepções de mundo são construídas pelos *media*. Em termos de notícias internacionais estas passam a formar o nosso mundo no sentido mais literal possível. Este é um pressuposto básico nos dias de hoje, no qual o conhecimento e a informação são, de certa forma ou, em algum momento, mediado. “Science, education, and the media are like the felt-tipped pen which help us to see certain patterns standing out and ignore others” (VAN GINNEKEN, 2009, p.17). No que concerne aos *media* podemos dizer que há um processo, em princípio uma seleção das notícias que temos acesso, depois uma ênfase em certos aspetos da notícias e, com isto, também, uma exclusão de outros.

Neste sentido os *media* contribuem para a produção e reprodução do nosso senso de continuação histórica ou descontinuação histórica (isto é, a ausência). Uma nação tende a formar certas perspetivas coletivas e ignorar a outra, que torna-se a “sombra”. Todo acontecimento que encaixar em uma configuração preestabelecida é reconhecido; tudo que não encaixar é convenientemente negligenciado (VAN GINNEKEN, 2009).

Esse processo de enquadramento será melhor descrito e discutido no próximo capítulo. Lembrando que este processo é fundamental, isto porque as notícias internacionais são um exemplo claro de como os acontecimentos são pautados pelos e nos *media*. Mesmo em uma realidade de novas tecnologias de comunicação a verdade, ou o mais próximo desta, é que nossa enquadramento de assuntos internacionais é, sobretudo, criado pelos meios de comunicação sociais.

Como coloca Aguiar (2006), a editoria de Jornalismo Internacional tem uma tendência em reproduzir o discurso de outrem ao “pré-mediatizar” o trabalho jornalístico, isto é, dentro desta conceção o jornalista não produz a notícia e sim reproduz o que já foi noticiado por alguma outra fonte noticiosa. Levando isso em consideração, “o cuidado com o objeto da notícia é ainda mais delicado quando se trata de fatos internacionais, pois o enquadramento dado a estes pela imprensa será, em última análise, determinante para formar a visão de mundo – no sentido mais literal possível – do leitor” (AGUIAR, 2008, p. 19).

Conceituar Jornalismo Internacional é interessante porque o

Jornalismo Internacional conta com a particularidade de variar seu objeto de interesse de acordo com a procedência nacional do repórter que apura e com a localização (física; geográfica) do veículo ao qual a matéria se destina. É desta forma que, nesta área, o que for exterior para uns não o será para outros; e o assunto que é “doméstico” para um país é “internacional” para todos os demais (AGUIAR, 2008, p. 17).

Dada a particularidade do tema procurou-se achar uma definição que pudesse unir os conceitos e guiar o estudo. Definou-se, então, que o Jornalismo Internacional inclui todo trabalho jornalístico especializado em temas do exterior - sendo que estas notícias podem ser produzidas também pelos correspondentes internacionais.

Sobre os temas tratados, dentro desta editoria, Aguiar (2008) diz que o Jornalismo Internacional conta com a particularidade de variar seu objeto de interesse de acordo com a procedência nacional do repórter que apura e com a localização (física; geográfica) do veículo ao qual a matéria se destina. Portanto, o que é notícia no jornalismo internacional? O que é considerado uma notícia internacional com interesse suficiente para o leitor nacional? Hannerz (2004) define notícias internacionais como sendo aquelas aquelas reportadas do outro lado das fronteiras nacionais. Envolvem notícias consideradas estranhas e, que podem ser adaptadas ou traduzidas à realidade local, isto é, não são inacessíveis em termos culturais.

Ainda que a nossa visão de mundo hoje não esteja totalmente limitada aos *media*, é possível dizer que a maioria das pessoas são fortemente dependentes dos meios de comunicação de massa para obter notícias sobre questões internacionais. O resultado disso é que os meios de comunicação ainda podem ter um papel importante em moldar as percepções sobre outras nações (BREWER, GRAF, WILLNAT, 2003).

Um aspeto interessante sobre a discussão sobre Jornalismo Internacional e Notícias Internacionais é trazido por Sheaffer e Gabay (2009), estes falam sobre a construção da agenda internacional. A construção da agenda está relacionada com o fato de alguns temas sobressaírem em relação a outros, chamando a atenção e a preocupação de formadores de opinião. “From the point of view of a contest between two actors for the domination of the agenda of foreign *media*, we ask what factors determine the success or failure of each contender in gaining access for itself and for its preferred issues” (SHEAFER, GABAY, 2009, p. 448). Há, portanto, alguns aspetos ressaltados, tais como:

- 1) Valores políticos culturais - através dos quais a importância dos eventos, questões, e atores é julgado. Estes valores representam um centro simbólico da nação: o consenso. Quanto mais próximo o acontecimento, a questão, ou ator político está próximo deste consenso, mais importante eles são considerados e maior a chance de receber atenção dos meios de comunicação sociais. Alguns dos fatores que incluem-se dentro desta categoria são: proximidade cultural e política, posição econômica do país e a magnitude da interação econômica entre os países;
- 2) Valores e necessidades profissionais do *media* - que se manifestam nas necessidades de organizações de mídia e os valores de seus funcionários. Este aspeto é curioso porque sugere um círculo vicioso, afinal, se por um lado a organização procura uma produção noticiosa considerada confiável que garanta um grande público para atrair anunciantes, essa produção noticiosa tem que ser também considerada “interessante” ou, em outras palavras, uma “boa história” para poder atrair e entreter esse público. Sendo que a estrutura de uma “boa notícia” é, invariavelmente, a ênfase no drama, conflito, novidade, imprevisibilidade, eventos e personalidades festivas. Portanto, na competição pela *media* internacional os atores são obrigados a demonstrar habilidades, performance, e talento que são pertinentes ao valores destes meios de comunicação sociais, como iniciar eventos políticos maiores que serão considerados “boas histórias” pela mídia estrangeira (SHEAFER, GABAY, 2009).

Aqui é importante reafirmar que as questões que perpassam a construção da agenda internacional dos *media* é algo relevante para este estudo. Isto porque temos como foco as Presidenciais Brasileiras de 2010 e parece claro que há um interesse dos *media* portugueses em noticiar o tema se não pela proximidade cultural que existe entre os países, ao menos, pelos eventos sócio-econômicos (citados anteriormente) que tomaram lugar nos últimos anos e tornaram, mais uma vez, o Brasil mais “interessante” e mais “noticiável”.

Voltando ao tema das notícias internacionais Wu (1998) fala sobre a importância destas com o advento da globalização, em linhas gerais, passa-se a ideia de que o mundo “tornou-se menor” e os acontecimentos estão todos interligados:

International news has become increasingly important as the world gets smaller and international affairs tend to engage lots of dissimilar citizens from various countries. This daily, if not the only, source of knowledge about other countries can be expected to have a tremendous impact of how we comprehend the world and communicate with people of different nationalities (WU, 1998, p. 493).

Apesar desta ser uma visão de mais de dez anos é uma realidade porque ainda hoje temos acesso ao mundo através das notícias veiculadas pelos *media*. Partindo destes conceitos básicos a conceituação teórica dividiu-se em quatro aspetos para melhor estruturar estas ideias iniciais, são eles: 1) uma breve contextualização da história do Jornalismo Internacional; 2) alguma ideias sobre a globalização e os *media*; 3) o papel dos correspondentes estrangeiros neste “novo cenário”.

O desenvolvimento do jornalismo internacional, a globalização e o papel dos correspondentes estrangeiros

Este tópico é um esforço em unir os conceitos de globalização, a história do jornalismo internacional e dos correspondentes estrangeiros. A intenção aqui é criar um raciocínio que leve a entender como estamos em termos de notícias internacionais e do jornalismo internacional e através disso discutir a importância deste tema com foco na teoria do enquadramento.

Em linhas gerais, as “notícias de longe” foram uma tradição que remonta aos primeiros dias da mídia impressa. A produção regular de jornais ou panfletos foi criada no início do século XVIII e desde então as notícias do exterior eram também uma parte essencial (SAMBROOK, 2010). Segundo Natali (2004) o Jornalismo Internacional nasce com o mercantilismo e o autor desfaz dois equívocos em relação à história do Jornalismo Internacional. O primeiro deles é o de que esta categoria de Jornalismo nasceu apenas no século XIX quando em Londres os periódicos ampliavam sua área geográfica e nos Estados Unidos os imigrantes enriquecidos criavam uma demanda por informação com origem na Europa. O segundo mito é acreditar que o jornalismo só tornou-se “mercadoria” com a consolidação do capitalismo na Europa e na América do Norte, no século XVIII.

Por outro lado, Natali (2004) também fala sobre três fatos de extrema importância para a história do Jornalismo Internacional são eles, a criação da newsletter no século XVI, a ligação entre jornalismo e os correios e a afirmação de que o jornalismo já nasceu internacional. Segundo Natali (2004),

Függer³ e seu embrião de *newsletters* impressas permitiam a manutenção de uma rede que fazia as informações circularem por circuitos paralelos aos utilizados por duas redes previamente existentes, a rede diplomática, que orientava monarcas, e a rede eclesiástica, que orientava dirigentes da burocracia da Igreja (NATALI, 2004, p. 22).

No século XVIII, ainda segundo Natali (2004) os correios passam por um processo de profissionalização, ampliando as possibilidades de distribuição de jornais e revistas aos que tinha assinaturas. E, por isso, Natali (2004) conclui que o jornalismo nasceu internacional. “[...] o jornalismo impresso - e o jornalismo internacional, que nos primórdios do jornalismo era o único tipo de jornalismo conhecido - não nasceu com o capitalismo. O mercantilismo já precisava dele e foi por isso que o criou” (NATALI, 2004, p. 22).

Esta demanda por informação passou a ser comprada por um grupo indistinto de pessoas e várias publicações apareceram na Europa na primeira metade do século XVII. “Entre 1610 e 1645, esses jornais baseados em informações econômicas e políticas de terras estrangeiras já circulavam na Suíça, Áustria, Hungria, Inglaterra e França [...]” (NATALI, 2004, p. 23)”. Neste ponto Natali (2004) fala sobre três lições que a história nos dá acerca do jornalismo: 1) o jornalismo nasceu sob a forma de jornalismo internacional, com o formato de coleta e difusão de notícias em terras distantes; 2) a informação foi comercializada como instrumento para produzir eficiência e poder por meio de negócios; 3) a informação era assegurada pela periodicidade regular de sua entrega ao cliente, ao leitor. Este fato garantia a periodicidade como atributo fundamental e diferenciador do Jornalismo.

O jornalismo internacional tem em sua história marcos de censura. No que toca a este tema Natali (2004) afirma que a partir da década de 20 do século XIX ela se transforma em uma das ferramentas para a reconstrução de uma ordem social baseada em múltiplas formas de opressão.

3 Jacob Függer von der Lilie foi o mais importante banqueiro europeu nas primeiras décadas do século XVI e é citado como o criador da *newsletter*.

Deixar de saber o que ocorre em outros países era perder a oportunidade de importar idéias. Era limitar ou neutralizar o espaço público. O noticiário internacional acabou se tornando, ao mesmo tempo, o alvo da repressão censora e o bode expiatório, em razão dos supostos estragos produzidos por idéias inovadoras e importadas (NATALI, 2004, p. 29).

Por outro lado, o século XIX significou para o jornalismo internacional uma série de novas experiências. A chegada do telégrafo distribui informação ao redor do país dos navios que chegavam nos portos maiores e adquiriam a vantagem comercial de serem os primeiros a obterem as últimas informações (SAMBROOK, 2010, p. 4). Dessa forma, os jornais de grande tiragem inventaram a notícia em escala industrial. “Na segunda metade do século, o trem e cabos de telégrafo foram instalados em todas as direções. O mundo ficou menor (NATALI, 2004, p. 30)”. E, neste contexto, com o jornal e a revista já estruturados como empresa, surge as agências de notícias. “A idéia consistiu, então, em formar *pools* pelos quais um mesmo repórter ou equipe de repórteres produziram material para muitos órgãos de imprensa (NATALI, 2004, p. 30)”. Desta forma as notícias eram sindicalizadas pelas agências de notícias que passaram a oferecer cobertura internacional enquanto mantinha os custos baixos para os assinantes individuais (SAMBROOK, 2010). Aguiar (2008) explica que a lógica das agências de notícias

[...] era simples e inovadora, tanto que se mantém fundamentalmente inalterada até hoje: o alto custo de operação de uma rede de correspondentes espalhados pelo globo seria compensado por uma vasta carteira de clientes, entre jornais, revistas e outras publicações jornalísticas, numa espécie de “mais-valia informativa (AGUIAR, 2008, p.22).

Segundo Natali (2004) as agências deram viabilidade econômica ao noticiário internacional e também significaram um relativo apartidarismo do noticiário, ainda que esse “apartidarismo” não tenha sido movido por questões éticas, afinal quanto mais “objetiva” uma notícia mais fácil seria de distribuí-la para mercados diversos: “Não é uma postura ética, e que isso fique em claro. É uma postura de mercado. [...] O apartidarismo tornou-se com o tempo um procedimento “normal” de focar os acontecimentos (NATALI, 2004, p. 31)”. E é assim que nasce o conceito de jornalismo que temos hoje, um jornalismo que cresceu com moldes capitalistas, no qual a notícia é vista como produto.

Coloca-se de lado esta discussão e aceita-se a ideia, até certo ponto, de que a objetividade da notícia torna-a um “produto” mais comerciável e voltamos, então, à discussão histórica para dizer que “no jornalismo internacional, o impacto tecnológico foi sempre incomparavelmente

maior (NATALI, 2004, p. 33)”. A invenção do teletipo, posteriormente os satélites de telecomunicações e o advento da televisão marcaram o século XX e o jornalismo internacional.

Embora a dinâmica de produção e distribuição da informação tenha permanecido essencialmente inalterada desde então, as tecnologias de transmissão das agências evoluíram continuamente, sempre no sentido de acelerar cada vez mais o processo, reduzindo ao mínimo o tempo entre a redação do texto e sua chegada ao cliente (AGUIAR, 2008, p. 25).

Isto é, o Jornalismo Internacional é uma parte do jornalismo que esteve sempre associado ao advento de novas formas de comunicação. A transformação da comunicação significou também uma modificação no tempo e no espaço que tornam-se, virtualmente, cada dia menores. E neste processo o que interessa é a ideia geral de que a

[...] a mídia impressa nunca manteve o monopólio da informação por meio de imagens. A concorrência veio em primeiro lugar do cinema [...], em seguida com a televisão e, por fim, com a Internet. Assim, os jornais impressos precisaram competir com as demais mídias com enfoques mais interpretativos e com uma contextualização histórica maior dos acontecimentos” (NATALI, 2004, p. 36).

Portanto, levando em consideração que há um esforço interpretativo como diferenciação é também possível dizer que a mídia impressa possui diversos enquadramentos nas notícias internacionais, primeiro pelo processo que a notícia é obtida em tempos de Internet e também pela produção de notícias por correspondentes estrangeiros. Aliás, são os correspondentes estrangeiros que promovem essa diferenciação das notícias e, até mesmo, tornando-as mais “interessantes”. Isto justificou o investimento em reportagens internacionais pela aceção que estes traziam ao jornal de prestígio e influência. Indo, portanto, além apenas da questão de obter notícias confiáveis (SAMBROOK, 2010). Os correspondentes estrangeiros são cercados por um mito, a profissão no imaginário das pessoas tornou-se um sinônimo de aventuras e perigo.

Quanto à conceituação do que é um correspondente estrangeiro Hannerz (2004) os define como uma espécie de antropologistas, na medida em que eles se engajam em reportar uma parte do mundo para o outro. O autor de “Foreign News - Exploring the world of Foreign Correspondents” também coloca uma série de características da profissão. Estas características são importantes para nós na medida em que permitem termos uma ideia das circunstâncias em

que são produzidas as notícias, lembrando que o foco deste estudo é também tentar perceber as diferenças que há em notícias produzidas pelos correspondentes estrangeiros.

Inicialmente Hannerz (2004) fala que os correspondentes estrangeiros podem ser os *freelancers* e os *stringers*. Apesar dos termos serem parecidos Hannerz diferencia-os ao dizer que *stringers* sugere que há uma ligação um pouco mais de longo prazo, entretanto, ambos profissionais são considerados como um setor informal do jornalismo internacional. Através do seu estudo ele diz que há uma tendência dos jornalistas *freelancers* e *stringers* se “moverem do que nós achamos ser um meio de vida inseguro nas margens do negócio das notícias para um relativamente seguro e confortável emprego estável” (HANNERZ, 2004, p. 74). Não obstante, ocasionalmente alguém pode mudar na direção oposta: menos segurança, mais autonomia. Isto é, há jornalistas que fazem o caminho inverso.

Como correspondente internacional ainda há a possibilidade de se deslocar entre as diversas mídias, entre impresso, rádio, e televisão (HANNERZ, 2004, p. 77). Outra característica é a de que um correspondente pode dar preferência a um tipo de mídia em vez de outro e também fazer trabalhos em diversas mídias para diferentes organizações (HANNERZ, 2004).

Um aspeto interessante dos correspondentes estrangeiros que Hannerz (2004) coloca é o de que apesar da indústria de notícias ser em alguns aspetos obviamente global, a maioria dos correspondentes estrangeiros produz as notícias em uma só língua. “Geralmente isso significa que eles lidam principalmente com o mercado nacional de notícias e fazem suas mudanças na carreira dentro destes mercados (HANNERZ, 2004, p. 78)”.

Hannerz (2004) fala sobre o processo que os correspondentes estrangeiros passam para obter uma socialização interna, cita três deles: 1) o jornalista deve aprender concretamente o ofício, isto é, práticas de averiguação, escrita e edição; 2) absorver a cultura da organização - uma história, compreensão das origens, valores básicos; 3) o valor prático do conhecimento pessoal, isto é, é uma boa coisa se os correspondentes e editores se conhecem pessoalmente.

Outro aspeto curioso que Hannerz coloca é o da importância de praticar o que ele chama de “parachutist reporting”, algo como reportagem paraquedas. Isto é, ter rotinas arraigadas para recorrer pode ser de um valor inestimável quando quando alguém não conhece muito sobre o local que está baseado (HANNERZ, 2004). Desta forma se o jornalista sabe quais detalhes devem ser incluídos e perguntar as questões certas, mesmo quando é um novato confuso, a

criação de rotinas pode ser uma forma também de estabelecer credibilidade local (HANNERZ, 2004)”.

Estas características da profissão leva-nos novamente a considerar que em uma realidade mediada as notícias vinculadas pelos *media* fornecem quadros interpretativos que vão além de apenas focalizar o tema. Aí, a importância do enfoque nos correspondentes estrangeiros quando o assunto é Jornalismo Internacional e para além disso o enfoque também nas notícias produzidas dentro da editoria de Jornalismo Internacional sem os correspondentes. Ressaltando que este estudo é basicamente sobre a produção do texto jornalístico e sobre o conteúdo produzido e não sobre a recepção ou rotina de trabalho dos jornalistas.

Algo a considerar é o do papel do jornalista no desenvolvimento dos enquadramentos em textos jornalísticos sobre política. É importante ressaltar que os jornalistas ocupam um papel significativo na propagação dos enquadramentos jornalísticos e não simplesmente transmitem ideias dos líderes políticos e dos formadores de opinião para as pessoas. Eles participam da construção do *frame*, assim como o fazem outros na arena deliberativa (REESE, 2010). Daí a importância de analisar não só o papel dos correspondentes estrangeiros mas também os enquadramentos utilizados.

Globalização

Como afirmado anteriormente o desenvolvimento da história do jornalismo internacional tem relação direta com o desenvolvimento tecnológico e com o processo de globalização. O conceito de globalização é amplamente discutido nas ciências sociais, entretanto, este estudo tem o objetivo apenas de ressaltar alguns aspectos desse conceito que são importantes para o desenvolvimento dos conceitos que se seguem. Usou-se as definições de Hall (2006), Sahágún (2004), Hannerz (2010) e Sambrook (2010) na tentativa de chegar-se a um consenso do que significa o processo de globalização dentro do contexto do jornalismo internacional.

Sobre a globalização Hall (2006) disse que

Uma de suas características principais é a ‘compressão espaço-temporal’, a aceleração dos processos globais, de forma que se sente o mundo é menor e as distâncias mais curtas, que os eventos em um determinado lugar têm um impacto imediato sobre as pessoas e lugares situados a uma grande distância (HALL, 2006,p. 61).

Segundo Sahagún (2004) por globalização, entendemos o “conjunto de processos tecnológicos, econômicos, sociais, políticos, militares, culturais e psicológicos que, cada vez com mais frequência, superam as barreiras nacionais e estatais, e geram dinâmicas de interações novas que as concepções e estruturas tradicionais das relações internacionais não encontram respostas” (SAHAGÚN, 2004, p. 226). Uma outra forma de pensar a globalização é considerar que o mundo está interligado e as notícias são de interesse de todos e para além das fronteiras nacionais. Nesta linha Hannerz (2004) considera o termo globalização de forma mais geral para descrever um tipo de consciência mais generalizada, variada internamente, com crescimento da interligação e com uma forma correspondente de pensar.

Estar atento a este processo, que a princípio parece simples e até mesmo enfadonho dado que é extremamente repetido e estudado nas ciências sociais, é importante porque o Jornalismo Internacional surge dentro deste contexto. Os meios de comunicação sociais e a revolução da tecnologia determinam que o fluxo de informação seja alterado de forma nunca vista antes. O processo de globalização está unindo a agenda de notícias nacionais e estrangeiras. O que acontece no exterior tem um impacto direto na vida das pessoas em qualquer lado do globo. O mundo está mais interconectado do que nunca (SAMBROOK, 2010).

Seguindo esta lógica hoje temos acessos às notícias do mundo inteiro em tempo real. A globalização proporcionou um encolhimento do mundo. Pelo menos é este o senso comum no qual a Internet promete não só espaço ilimitado para armazenamento de informação como também acesso ilimitado a esta mesma informação (WU, 2007).

Ainda sobre o senso comum há quem diga que tudo mudou com a Internet. Conforme todas as mídias especializadas começam a migrar pra uma rede digital interconectada o áudio, vídeo, e texto com gráficos começam a ser intercambiáveis. E há quem defenda que a Internet muda a postura do leitor, que torna-se mais ativo diante da notícia: o seu papel vai além de apenas monitorar os *media* impressos, agora com as novas tecnologias da comunicação ele interage e busca pro-ativamente pela informação conforme lhe interessa.

Qualquer informação – em variados formatos e com diferentes recursos – pode ser facilmente transmitida e postada na Web e acessado por utilizadores ao redor do globo em qualquer momento. Diferente dos *media* impressos e radiodifundidos, os *medias* baseados na Internet, teoreticamente, podem carregar quantas notícias possíveis e darem quantas

hiperligações forem necessárias para informar, entreter e educar as audiências (WU, 2007, p. 539).

A Internet significaria neste contexto que todos temos acessos à todas as notícias em qualquer momento. Eu, enquanto leitora, teria acesso à uma notícia no Brasil com a mesma facilidade que teria acesso à uma notícia em Portugal. Neste sentido, Aguiar (2008) fala sobre o desenvolvimento das tecnologias em comunicação:

O que as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) trouxeram foi a possibilidade de integrar diferentes sociedades e seus indivíduos em todo o mundo numa malha de alcance global cuja estrutura é – diferentemente da mídia canônica de natureza corporativa ou estatal – descentralizada, desterritorializada, desarborizada e virtualmente ilimitada em tamanho, profundidade e capacidade de armazenamento de informação: em resumo, uma rede (AGUIAR, 2008, p. 9).

Usuários da notícias, através da Internet, estão a assumir as funções que uma vez cabia apenas aos editores. “With new technology, Internet users can be much more specific about the international news that they want to read, view or listen to (HAMILTON, JENNER, 2004, p. 310). Isso sem entrar com mais detalhes na questão do jornalismo cidadão, no qual “groups and individuals able to post information on websites, anyone now can be an amateur foreign correspondent (HAMILTON, JENNER, 2004, p.311)”. Essas questões devem ser levantadas porque tratam de uma questão simples e que levantamos neste estudo: será que os correspondentes estrangeiros, mediante este novo cenário, são redundantes? Estamos a viver em uma nova época que nós somos os criadores e também editores de nossas notícias?

Como Hannerz (2004) coloca não há grandes mudanças concretas, “although the proliferation of Internet Web sites allows energetic, technologically well-equipped information seekers to find a much wider set of sources, for the routine news consumer such opportunities may not matter much, and distribution of new technological facilities continues to be very uneven (HANNERZ, 2004, p. 41)”.

E como vai ser tratado mais adiante, os meios de comunicação tradicionais ainda têm grande fator de influência na opinião pública; e as notícias internacionais são fundamentais para a construção daquilo que conhecemos do mundo. É também por isso que faz sentido em falar de enquadramento dentro destas.

Berger (2009) faz uma discussão interessante ao tratar das “grandes esperanças” para a Internet. Isto é, das expectativas que a Internet gerou mas que, até certo ponto, foram frustradas

por uma realidade não tão otimista. O autor trata especificamente sobre o mito de que a Internet traria grandes mudanças para o mundo mediático. São três os pontos em destaque:

- 1) Queda das fronteiras: quando a Internet cria um espaço público para as notícias e discurso político que vai além das geografias;
- 2) Desterritorialização das notícias: a Internet seria responsável por um fenómeno no qual o leitor, o criador e o assunto que é notícia não precisam mais compartilhar o mesmo quadro de referência nacional;
- 3) Conexões transnacionais: isto é, a natureza aberta da Internet proporcionaria, a princípio, que o mundo estabelecesse um diálogo além fronteiras.

Estes pontos constituem ainda esperanças ou anseios de um ideal para os *media*. A realidade vivenciada, entretanto, é bem diversa. Ainda que a Internet de fato possa proporcionar tudo isso a questão é que ainda vivemos, em uma perspectiva mais positiva, em uma fase de transição. Para defender este ponto de vista Berger (2009) fala de três questões:

- 1) O acesso a Internet é ainda limitado;
- 2) A existência de identidades nacionais é uma realidade irrefutável nas notícias online;
- 3) A geografia da produção e distribuição de conteúdo on-line global é outra restrição séria.

Berger (2009) conclui que “what all this signifies is that despite high hopes for the Internet, several patterns remain that appear to be characteristic of old media and international news” (BERGER, 2009, p. 362). E é neste aspeto de descobrir padrões dos *media* antigos em produções para o meio online que este estudo também insere-se. O estudo das páginas online do Público e do Diário de Notícias é uma investigação que faz sentido porque remete-nos para uma questão muito em voga hoje: a presença do jornalismo “tradicional” em meios “modernos”.

Contudo é certo dizer que “no jornalismo internacional, o impacto tecnológico foi sempre incomparavelmente maior” (NATALI, 2004, p. 33). E este impacto resultou em um tipo de abordagem diferenciada pelos meios impressos que optaram por uma vertente noticiosa mais interpretativa:

[...] a mídia impressa nunca manteve o monopólio da informação por meio de imagens. A concorrência veio em primeiro lugar do cinema [...], em seguida com a televisão e, por fim, com a Internet. Assim, os jornais impressos precisaram competir com as demais mídias com enfoques mais interpretativos e com uma contextualização histórica maior dos acontecimentos” (NATALI, 2004, p. 36).

Dessa forma, para concluir, podemos dizer que o Jornalismo Internacional define-se como a produção de notícias sobre o estrangeiro, seja esta feita por correspondentes quanto por jornalistas nas redações dos jornais. Contudo, com a globalização a barreira sobre o que é considerado internacional tornou-se um tanto maleável, afinal em sociedades multiculturais, a noção de "estrangeiro" e “internacional” é mais complexa. Os acontecimentos internacionais e locais fundiram-se em um grau significativo e como resultado natural deste processo e também dos avanços tecnológicos nos meios de comunicação mais organizações estão confiando na equipe local – com suas vantagens e riscos associados. Sobre o uso da equipe local para desenvolver notícias internacionais Aguiar (2006) levanta uma questão importante ao dizer que isso causa uma tendência em reproduzir o discurso de outrem ao pré-mediatizar o trabalho jornalístico:

[...] ao trabalhar com “apuração a distância”, o Jornalismo Internacional apresenta uma tendência “natural” a pré-mediatizar o trabalho jornalístico (via apuração por outras mídias); realizando uma permanente polifonia e reproduzindo discursos sobre discursos de outrem. Neste processo, corre permanente risco de negligenciar contextos, deslocar declarações e perenizar visões pré-concebidas (AGUIAR, 2006, p. 19).

Esta questão coloca-nos mais uma vez diante da questão que incentivou este estudo. Este profissional também “pré-mediatiza” o seu trabalho? As produções de notícias internacionais por equipes locais pode ser comparada àquela produzida por um correspondente? Contudo, é impossível estudar este assunto, dentro do ponto de vista pretendido nesta investigação sem antes focar na questão das notícias internacionais e da presença de enquadramentos nestas.

CAPÍTULO 2

Notícias internacionais e enquadramentos

Somos dependentes dos jornais para saber o que se passa no mundo. Em outras palavras, somos dependentes dos *media* para saber o que está a ser discutido no mundo e sob qual perspectiva. Portanto, são os meios de comunicação sociais que nos dizem a importância dos assuntos e, mais importante ainda, como estes assuntos são discutidos. Só daí desprende-se a importância dos enquadramentos em um estudo de comunicação e ainda mais quando considera-se que este “trata-se de uma idéia central que organiza a realidade dentro de determinados eixos de apreciação e entendimento, que envolvem inclusive o uso de expressões, estereótipos, sintagmas, etc” (ROTHBERG, 2010, p. 55).

Sobre as notícias Van Ginneken (2009) afirma que estas são uma forma muito peculiar de texto que enfatizam a objetividade e singularidade.

News items are usually small, isolated and self-contained pieces. The emphasis is on singularity and objectivity, that is to say on those aspects that relevant audiences might inter-subjectively agree upon. Dominant readings are usually inscribed into it, alternative readings are closed off. Very often, the item is stripped of those elements which would make an oppositional reading possible at all. The news items are selectively descontextualized. They may of course be recontextualized by the reader – but only with the help of *idées reçues*. (VAN GINNEKEN, 2009, p.155).

Berger (2009) fala que as notícias internacionais não se referem apenas a um determinado assunto, mas são relativas ao interesse específico que uma nação pode ter mediante o acontecimento anunciado. “As such it can be broken down into three subspecies – news that is tailored to domestic interests (i.e. some kinds of international news); news that can be characterized as transnational; and news that has no domestic connection at all (i.e. many kinds of global news) (BERGER, 2009, p. 357)”. Portanto, Segundo Berger (2009) as notícias podem ser divididas em três aspetos: notícias que são feitas para o interesse doméstico, notícias que podem ser caracterizadas como transnacionais e aquelas que não possuem conexão nenhuma com o país. Considerando que este estudo foca na cobertura das presidenciais brasileiras por certos jornais portugueses, consideramos que até certo ponto há um interesse doméstico no assunto.

Segue nesta linha a ideia de Novais (2010) ao também salientar o conceito de interesse nacional para a interferência na seleção das notícias: “My model incorporates the concept of ‘national interest’ in place of ideology to describe governmental interference in news selection and reporting (NOVAIS, 2010, p. 169)”. Dessa forma evidencia-se a importância do interesse nacional na seleção das notícias a serem destacadas no *media*.

Outra questão que Van Ginneken (2009) levanta é o fato das notícias serem textos regidos pela sua própria *schemata*. Isso significa que há alguns elementos que são essenciais na construção de uma notícia, são estes os elementos: quem, o quê, onde, quando e o porquê. Van Ginneken (2009) afirma que a resposta aos quatro primeiros elementos pode ser feita de maneira objetiva mas, entretanto, o último o elemento é um pouco mais complicado. “Selective pre-interpretation does inevitably emerge here (VAN GINNEKEN, 2009, p. 155)”.

Isto para dizer que o próprio processo “clássico” de criação das notícias faz emergir certos esquemas que possibilitam uma leitura de enquadramentos dentro dos textos noticiosos. As notícias internacionais ou estrangeiras são um exemplo evidente disso, as notícias que nos são veiculadas passam antes pelo crivo dos *media*. “Nem tudo que é notícia aparece no noticiário internacional. O noticiário não constrói um retrato do mundo com determinado grau de exatidão (NATALI, 2004, p.12)”. Esta seleção que em si só já é um enquadramento é que vai permear nossas reflexões acerca dos acontecimentos globais. Dada a influência das notícias internacionais em nossa compreensão de mundo ressalta-se a importância desta definição de notícias para os estudos de comunicação. Este estudo, dentro desta linha, procura descobrir como e se é possível identificar estas estruturas nas notícias internacionais analisadas sobre as presidenciais 2010 no Brasil.

Um texto noticioso é um uma “pequena história”. É com essa frase que Van Ginneken (2009) faz algumas considerações sobre a escrita no jornalismo internacional. Para efeitos de melhor compreensão escolheu-se fazer uma tabela com excertos do texto com os itens que o autor elenca:

| ESTRUTURA BÁSICA DO TEXTO NOTICIOSO: | |
|---|---|
| Compreensão | “In introducing other elements, the journalist will try to convey the maximum amount of information using the minimum number of words. That is to say she or he will refer to information already available to the reader, by using certain words and labels which may evoke existing stereotypes (VAN GINNEKEN, 2009, p. 159). |
| Coerência | “Journalists learn how to construct these stories, by emphasizing some elements and de-emphasizing others, and by shuffling the elements around until they form a neat configuration corresponding with pre-existing cultural conventions and expectations (VAN GINNEKEN, 2009, p. 159) |
| Narrativa | In order to produce coherence, one also has to organize the piece. [...] This styling of the story is construction of a narrative (VAN GINNEKEN, 2009, p. 159)”. |
| Drama | “Increasingly, critical linguists tend to challenge the widespread claim that there is a fundamental difference between factual and fictional narratives. Both have a scene or setting, acts or occurrences, actors or dramatics personae, aims and motives, characters and styles, and – most of all – a scenario or plot-line (VAN GINNEKEN, 2009, p. 160)”. |
| Mega-histórias | Thus the way in which news stories actively make certain things understandable (and other things incomprehensible) is not only related to the nature of the story itself but also to the nature of all similar stories that (might have) preceded it, and in a sense even to the nature of many similar stories that (may) follow it – with a certain <i>media</i> culture (VAN GINNEKEN, 2009, p. 160) |
| Mitos | “[...] news discourse refers to the commonplace views of certain issues, shared by (most members of) a society or culture (VAN GINNEKEN, 2009, p. 161) |
| Naturalização | “Certain elements of the social structure (such as economic determinants) are systematically hidden from sight, he said: they are exnominated. Or, they are presented in a very peculiar way (VAN GINNEKEN, 2009, p. 161). |

Tabela 1 – Estrutura básica do texto noticioso Segundo Van Ginneken

Neste sentido a estrutura básica da construção da notícia enquadra o evento e a estrutura do texto noticioso tais como o título, o lead e partes da escrita encontradas nos parágrafos organizam a perspectiva e, geralmente, correspondem às imagens predominantes (VAN GINNEKEN, 2009).

Ainda que possa-se chamar a atenção para o contrassenso que é a ideia da importância dos *media* na criação de uma visão do mundo uma vez que estamos a viver em uma realidade

mediada pela Internet. Mas ainda hoje é possível dizer que espera-se que os relatos das notícias internacionais sejam produzidos por jornalistas independentes contratados por organizações noticiosas para este propósito (SAMBROOK, 2010). Esta expectativa faz com que o leitor espere interpretações do conteúdo por parte do jornal e, também, se for o caso uma adaptação da notícia à realidade cultural do leitor e, conseqüentemente, uma atitude mais pró-ativa do correspondente internacional.

Rather than having been everywhere and seen, heard, smelled, tasted, and touched everything, people – including those aspiring to be informed citizens of the world – depend on the representations provided by various agencies of information brokerage, and the news *media* have a central place here (HANNERZ, 2004, p.23).

Definida a importância dos agentes noticiosos para a formação da nossa visão de mundo, relembra-se a discussão acerca do que é considerado uma notícia estrangeira. Como já colocado no capítulo anterior Hannerz (2004) define notícias internacionais como sendo aquelas reportadas do outro lado das fronteiras nacionais. Envolvem notícias consideradas estranhas e, que podem ser adaptadas ou traduzidas à realidade local, isto é, não são inacessíveis em termos culturais. Segundo Berger (2009)

‘International news’ refers to news produced inland about a national or international space, but which is domesticated for consumption by a particular imagined audience within a given nation-state and which is assumed to have a corresponding national identity and interest. (BERGER, 2009, p. 356).

Para este estudo considerou-se que as notícias internacionais de interesse seriam tanto aquelas produzidas fora e dentro de Portugal sobre o Brasil. Feita esta ressalva, encerra-se dizendo que este tipo de notícias apesar de ser estrangeira adquire uma dimensão internacional ao seu referente, uma vez que obtém nuances de interesse comum ao leitor. Isto é o mesmo que dizer que estas notícias são adaptadas à realidade da nação do correspondente internacional.

“Os *media* são, portanto, criadores - enquanto mensageiros, ou transmissores, carteiros e repetidores - de realidades e de aparências. Quanto mais se aproximem a realidade e sua projeção no meios, mais objetivos será o conteúdo da comunicação, sabendo que o equilíbrio perfeito é tão desejável como difícil de alcançar na comunicação ou em qualquer outro âmbito da vida” (SAHAGÚN, 2004, p.224).

Portanto e, sabendo o quão desejável e necessário é um conteúdo de comunicação objetivo e isento, falar em notícias internacionais é um tema que convida a falar em enquadramentos, isso porque a nossa visão de mundo é um conhecimento que apesar de não ser

adquirido apenas através dos *media* é um conhecimento que dialoga, convive e é alterado intensamente por este. “Individual people seem to form the last link in the chain, although we should remember that sense-making is always a social activity, and that communication cannot be studied as a singular, isolated, one-sided act (VAN GINNEKEN, 2009, p. 205)”.

As notícias internacionais podem lidar com uma infinita variedade de tópicos, desde comércio internacional até terrorismo (WANTA, HU, 1993). Essa variedade de notícias moldam a nossa leitura de mundo e há um forte argumento que defende que há um interesse público em informar as pessoas sobre o que acontece no resto do mundo - geralmente defendido por acadêmicos, políticos e profissionais dos *media* (SAMBROOK, 2010, p. 59). Afinal, é possível dizer que muito do mundo que conhecemos é um mundo mediado. Os meios de comunicação sociais para além de focalizarem os temas a serem tratados também enquadram o tema, fornecendo quadros interpretativos, daí dizer que o cuidado com o objeto da notícia é ainda mais delicado quando se trata de fatos internacionais, pois o enquadramento dado a estes pela imprensa será, em última análise, determinante para formar a visão de mundo – no sentido mais literal possível – do leitor (AGUIAR, 2008).

Conclui-se que que 'visão de mundo' é um fenômeno que é produzido e dá origem tanto às identidades nacionais quanto às diferenças entre as nações. Como coloca Hall (2006) “[...] as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 2006,p.48) e “[...] as diferenças entre as nações residem nas formas diferentes pelas quais elas são imaginadas” (HALL, 2006, p.51)

Sobre as notícias e visões de mundo dos jornalistas Van Ginneken (2009) diz que estes possuem necessariamente uma certa “visão-mundo” (*world - view*) intrínseca, que por sua vez condiciona a sua percepção do mundo. Isso os faz ver certas coisas e ignorar outras. Desta forma, todos os fatos observados e reportados são artefatos: eles são feitos por pessoas (VAN GINNEKEN, 2009).

Observations about reality are determined by the way in which the observation is organized; reports about these observations are determined by the way in which these reports are organized. They inevitably imply pre-selection and pre-interpretation, for instance, in the choice of words, images, sequences, a ‘logic’, etc (VAN GINNEKEN, 2009, p. 15)”.

Assim como nossa “visão-mundo” é profundamente mediada. Hoje em dia, nós experimentamos o mundo principalmente através de lentes intermediárias da ciência, da

educação, dos *media* (VAN GINNEKEN, 2009). Outro aspeto colocado por Van Ginneken (2009) e que é bastante interessante é o fato de que nossas visões de mundo mais fundamentais são pintadas de preto e branco, ou seja, são maniqueístas e seguem a dicotomia do bom e do mau. “The mediation process implicitly uses our own way of life and our own values against which to measure the way of life and values of others (VAN GINNEKEN, 2009, p. 17).”

Dessa forma podemos dizer que há uma narrativa de nações e dos acontecimentos e que esta é criada através de histórias e nas literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular. O texto jornalístico é uma fonte inesgotável e até mesmo esgotável de perspectivas possíveis, no sentido que também pode ser uma fonte de omissão e, um retrato de uma sociedade em constante evolução. Através desta concepção é possível dizer que o estudo dos textos produzidos pelos *media* é uma forma também de estudar a sociedade e um retrato do tempo em que vivemos.

Um aspeto interessante dos enquadramentos é o de que a sua produção não significa necessariamente que tenha sido feita de forma premeditada:

“Abraçar a noção de enquadramento implica evitar julgamentos que atribuem, a uma suposta intencionalidade de jornalistas e editores, a feição que uma dada matéria vem a assumir. Nesse contexto, as apropriações de sentido, construídas a partir das inevitáveis escolhas implícitas na produção de uma simples pauta, deixam de ser consideradas necessariamente como fruto de manipulação deliberada (ROTHBERG, 2010, p. 61).

Muito pelo contrário, é possível dizer que os enquadramentos estão embutidos no viver social que por vezes o jornalista não nota quando é feito. Sendo também um dos interesses deste estudo: tentar descobrir se há escolhas implícitas na cobertura jornalística das presidenciais de 2010.

Apesar deste estudo não focar no aspeto da recepção e sim no aspeto da produção dos texto noticiosos é importante falar brevemente sobre a questão dos efeitos do *framing*. Isto é, os enquadramentos ajudam a montar as percepções das pessoas de mundo, como foi mencionado constatemente neste estudo. Mas ainda assim as pessoas podem não reagir passivamente aos frames noticiosos. Antes, os leitores podem ativamente construir significados baseados em seu conhecimento social (RHEE, 1997).

Relembra-se que o *framing* é uma forma de criar estruturas e significados dentro da narrativa jornalística e como muitos autores já mencionaram diferencia-se do *agenda setting* ao tratar não sobre o quê irá se falar mas sim o como irá se falar. Dado este embasamento é evidente

a importância do estudo do enquadramento em notícias internacionais. Para além disso acredita-se que seja interessante estudar um aspeto particular disto: que é o consoante aos enquadramentos sobre política nas notícias internacionais.

O *framing* é uma perspetiva teórica e metodológica. Neste capítulo trataremos o enquanto perspetiva teórica. Para começar é preciso diferenciar o *framing* do *agenda-setting*. Há quem misture estes dois conceitos mas neste estudo optou-se por fazer uma diferenciação clara das diferentes teorias. Como afirma Reese (2007) “as with its often-associated idea of *media* agenda setting, people intuitively grasp what it conveys, although framing suggests more intentionality on the part of the framer and relates more explicitly to political strategy (REESE, 2007, p. 148). Diferencia-se da teoria do *agenda-setting* porque este foca-se na transferência da saliência e o *framing* preocupa-se em capturar a saliência do conteúdo (REESE, 2007).

| | <i>FRAMING</i> | <i>AGENDA-SETTING</i> |
|-----------------------------|---|--|
| História | O conceito de enquadramento está relacionado com a tradição do agenda-setting. O conceito é atribuído a Erving Goffman com o seu trabalho <i>Frame analysis: An essay on the organization of experience</i> (1974). | Surge inicialmente em 1922 com Walter Lipman. |
| Conceito Geral | Mídia decide sobre como as pessoas irão pensar em determinados assuntos. | A criação do que o público acha que é importante. |
| Pressupostos básicos | Foca na essência dos acontecimento em vez de em assunto em particular. A base da teoria do framing é que a os <i>media</i> concentram a atenção em certos eventos e então os situam dentro de um campo de significados. | É um tipo de efeito social da mídia que compreende a seleção, disposição e incidência de notícias sobre os temas que o público falará e discutirá. |
| Afirmação | Produtos dos <i>media</i> são produtos humanos, construções que o público absorve como fatos incontestáveis. | Os meios de comunicação sociais podem não ter sucesso em dizer o que as pessoas devem pensar, mas têm sucesso ao dizer às pessoas sobre qual assunto devem discutir. |
| Modelo conceitual | Não há. | McQuail & Windahl (1993). |

Tabela 2 - Tabela criada com consulta no site <http://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/> Acesso em 07/09/11.

Portanto, para além de investigar questões específicas referentes ao jornalismo internacional também efetuou-se um estudo que identificasse os enquadramentos sobre política nas notícias. Como coloca Novais (2009) “...it is one thing to report the international relations or the political world which may not involve the home country or the state. It is quite another,

however, to cover an event with relevant implications or resonance in foreign policy concern or national interest considerations as defined by the government (NOVAIS, 2009, p.50)”. Tendo isto em mente que procura-se responder a questão do é possível identificar nas notícias analisadas os enquadramentos mais comuns sobre política? Por outro lado, outro questionamento que surge é como as notícias de política brasileira são retratadas em um contexto jornalístico português considerando-se que há um interesse nacional sobre o tema.

Enquadramentos nas notícias sobre política

É possível dizer que os *media* possuem um papel crucial na cobertura de eventos políticos e também em modelar, até certo ponto, a opinião pública, sobretudo em tempos de campanhas pré-eleições e até mesmo durante as eleições; isto significa dizer que a forma como as eleições são reportadas devem ser elemento essencial em qualquer explicação sobre preferências políticas. Daí a importância dos estudos e investigações sobre os enquadramentos utilizado na cobertura jornalística da política.

Já foi ressaltado a importância aqui das notícias nas construções da representação do que conceituou-se aqui como o outro. “Nos casos em que as notícias tratam de determinados países, culturas e povos estrangeiros, é possível afirmar que os textos jornalísticos constroem representações culturais que são veiculadas para o público leitor do jornal e assumem assim também um papel ideológico, já que passam a orientar maneiras de olhar o Outro” (LIMA, 2008, p. 1).

Contudo, antes de falar sobre os *framings* ou enquadramentos utilizados neste estudo é importante retomar de forma sucinta sobre o critério de seleção das notícias. Natali (2004) diz que um número muitíssimo reduzido de temas que são alvo da editoria internacional, são eles a Guerra, Eleições, Epidemias e as Tragédias. E os fatores que determinam ainda mais são a proximidade. Segundo Wolf (1987) há critérios substantivos para a seleção das notícias, são eles o impacto sobre a nação e o interesse nacional, “capacidade de influir ou de incidir no interesse do país”, isto é, “a sua relevância quanto ao sistema de valores ideológicos e aos interesses do país em questão, determina a importância de um acontecimento” (WOLF, 1987, p. 179). “Associado a este factor está igualmente o valor/notícia da *proximidade*, quer como vizinhança geográfica, quer como afinidade cultural” (WOLF, 1987, p. 179). No caso das presidenciais

brasileiras é possível dizer que estes são os fatores que fizeram que esta notícia tenha tido um relativo destaque nos meios de comunicação de Portugal. Por um lado, as presidenciais é um tema que por si só já é noticiável e ainda que seja sobre o Brasil desperta interesse dada a proximidade cultural e histórica entre os países.

Este estudo também está preocupado em entender a cobertura que é feita pelos jornais portugueses de uma situação política brasileira também bastante específica. Uma vez que os fatos noticiados influem direta e indiretamente na imagem que o Brasil possui em Portugal. “For at least a generation now, there has been a growing critical preoccupation with the influence of *media* on views of the world generally and on the conduct of international affairs especially. (HANNERZ, 2004, p. 27).

Este foco na relação entre Brasil e Portugal é importante dada a relação histórica entre os países e ultimamente também pela aproximação mais concreta em termos econômicos e até mesmo culturais.

“Reuniram-se, talvez, as condições para que o relacionamento entre Portugal e o Brasil tenha passado, mais realística e concretamente, a assentar em factores como a economia e o empreendedorismo (investimentos...), o turismo, as feiras internacionais, os congressos científicos e profissionais e a troca (ainda que desequilibrada, a favor do Brasil) de produtos culturais. Sobre este último ponto, se, por um lado, a língua e a história comum já aproximavam os dois povos, a exportação” (SOUSA, 2004).

Portanto, o Brasil como foco na editoria internacional de um jornal português não é de todo surpreendente. O mais importante aqui é tentar perceber como é feita essa cobertura de um tema internacional brasileiro.

Parte-se do pressuposto, ao iniciar um estudo sobre *framing*, de que há certas estruturas em um texto noticioso e índices que podem ser aferidos. Nas notícias internacionais não é diferente. Ainda que haja aquelas notícias apenas reproduzidas pelos jornalistas das sessões internacionais, é também possível perceber que algumas delas proporcionam ao leitor uma leitura mais complexa:

The writers work with words, but they appeal imaginatively to varied senses, including the visual. They allow, too, for a range of sentiments – surprise, empathy, amusement, irritation – much as life generally offers. Admittedly, some people are classified as rather more other than others [...]. Nonetheless, these are stories that make distant places and people less one-dimensional, more complex, than they may be in much hard news reporting (HANNERZ, 2004, p. 33).

Essa complexidade da notícia é o que chamamos aqui de enquadramentos e releituras de cultura. Tanto os produtores dos meios de comunicação sociais como os consumidores de

produtos noticiosos podem apenas perceber o mundo através sistemas de significados, em termos de *frames* pré-existentes (VAN GINNEKEN, 2009). As notícias sobre política, em particular sobre campanhas eleitorais, são uma fonte recorrente de estudos sobre *framing* (DE VREESE, 2005).

Considerando que as notícias analisadas neste estudo fazem parte de um grupo específico que conceituamos aqui como as notícias internacionais, será que é possível identificar os mesmo enquadramentos genéricos que são utilizados em estudos anteriores quando aplicados em notícias locais? A dinâmica da produção da notícia é, sem dúvida, a mesma, contudo, é possível dizer o mesmo da estrutura das notícias e das leituras de enquadramento?

Para chegar aos objetivos deste trabalho para além da análise de conteúdo também foram identificados cinco enquadramentos possíveis de estudo nas notícias analisadas. É preciso ter em mente que os *frames* são formas alternativas de definir as questões. Como coloca DE VREESE (2005) “frames are parts of political arguments, journalistic norms, and social movements’ discourse. They are alternative ways of defining issues, endogenous to the political and social world (DE VREESE, 2005, p. 53).

Antes de entrar na descrição dos enquadramentos é preciso dizer que optou-se por omitir o *framing* centrado na personalidade, por dois motivos. O mais geral deles é o de que é natural que em uma eleição presidencial as notícias foquem nos personagens políticos que estão em destaque. O outro motivo trata-se de algo mais específico que é relativo ao caso do Brasil que é uma República Federativa Presidencialista e, no presidencialismo os políticos recebem naturalmente mais atenção. Salvo as diferenças óbvias, ver o caso dos Estados Unidos com o atual Barack Obama e seus ex-presidentes também.

Considerou-se os enquadramentos já utilizados em investigações anteriores para dessa forma usar uma análise dedutiva, como foi explicado na metodologia. São cinco os enquadramentos: temático, episódico, “corrida de cavalos”, estratégico, econômico. Estes enquadramentos, como é presumível, possuem diferentes estruturas de narrativa, propostas temáticas e estilos retóricos (RHEE, 2003).

O enquadramento temático “designa os padrões interpretativos que enfatizam as posições e propostas dos candidatos sobre os aspetos substantivos da campanha” (PORTO, 2001, p. 2). Fora do período eleitoral este enquadramento é entendido como um tipo de notícia que situa os

acontecimentos políticos ou eventos em um contexto dando espaço para um jornalismo interpretativo.

Diferencia-se do enquadramento episódico porque elabora o acontecimento. Em resumo, notícias episódicas são aquelas que aplicam uma lente de teleobjetiva na cobertura do acontecimento. Em contraste, enquadramento temático são aqueles que aplicam uma lente grande angular na cobertura da questão – foca-se em tendências ao longo do tempo, e colocam em evidência contextos e ambientes⁴. Segundo Rothberg (2010)

Os enquadramentos temáticos são vistos pelos estudiosos da área como um meio de superar a fragmentação e a superficialidade promovidas pelos enquadramentos de jogo, estratégico, episódico e de conflito. Os temas em questão são os aspectos concretos das políticas públicas envolvidas nas escolhas eleitorais, ações e decisões de mandatários, conferências nacionais e internacionais, votações parlamentares, arranjos partidários, implementação de novas medidas legais etc (ROTHBERG, 2010, p. 57).

O enquadramento “corrida de cavalos” ou “game frame” considera que os jornalistas encaram a política simplesmente como uma competição, ou seja, este *frame* é estruturado em torno da noção de que a política é um jogo no qual os candidatos são concorrentes em busca contínua de vantagem. A meta é ganhar e qualquer acontecimento que ocorra ao longo das eleições é apenas uma forma de alcançar este objetivo maior. Porto (2001) utiliza o termo ‘corrida de cavalos’ porque este *frame* considera que os candidatos são adversários.

Nenhum item ilustra melhor este enfoque do que um artigo publicado originalmente no The New York Times (...) Ressaltando como a Convenção do Partido Democrata estava tentando mudar a imagem do candidato como um indivíduo “maçante e rígido”, a reportagem cita um delegado do Estado de Ohio “As sondagens exercem um efeito psicológico. É como quando você vai ao jôquei, olha a lista de cavalos que vão correr e vê que seus cavalos não estão bem colocados nas previsões”. Dificil imaginar uma interpretação mais explícita da campanha como uma corrida de cavalos. (Porto, 2001, p. 6)

Este enquadramento surge ao encontrar no texto noticioso referências a quem perde ou ganha e também referências à inquéritos e sondagens. O interessante deste enquadramento é o de que ele fornece ao jornalista a possibilidade de organizar o texto noticioso de acordo com marcadores cronológicos de fases da competição que podem ser análogas à jogos. Dessa forma, um resultado claro é esperado e há uma garantia de algum tipo de resultado identificável –

ganhar, perder, ou, como é o caso de formulação de políticas, o empate (LAWRENCE, 2000).

“The game frame thrives in today’s news for many reasons. At a most basic level, it fits many of the key criteria of “newsworthiness” prevalent in the news business for decades (LAWRENCE, 2000, p. 95)”. Ou seja, a questão básica que gira em torno dos textos escritos com esse enquadramento é a de que há um foco no drama. A questão de quem ganha ou perde nas eleições é altamente mediática. Em outros, termos o drama é uma boa forma de atrair a atenção dos leitores.

O *frame* episódico, por sua vez, refere-se à “notícias centradas em eventos que relatam ‘fatos’ ou declarações de atores, adotando portanto um tipo mais descritivo de cobertura” (Porto, 2001, p. 14). Este tipo de enquadramento utiliza-se muitas citações e fontes terceiras para fazer a notícia, costumam-se limitar apenas à notícia da forma mais clássica possível, considerando que uma notícia clássica respeita os conceitos de objetividade, novidade, tamanho e relevância. Segundo Rothberg (2010),

Já os fatos relevantes do percurso de definição e execução de políticas públicas sofrem a tendência de serem representados sob a forma dos enquadramentos episódicos, que mal tocam nas questões propriamente políticas do fato, ligadas à complexidade das escolhas envolvidas em determinada opção a ser adotada ou rejeitada pela gestão pública, e apenas acentuam aspectos circunstanciais dos fatos enfocados (ROTHBERG, 2010, p. 56).

Por outro lado, o enquadramento estratégico tem como estrutura da narrativa a questão “quais são os reais interesses do candidato”, em uma perspectiva um tanto maquiavélica o texto noticioso seria contruído de uma forma que revelaria-se as reais intenções dos atores políticos. “As ações e decisões de mandatários, candidatos e pré-candidatos tendem a ser apresentadas como elementos de um cálculo — supostamente ocultado pelo próprio político, mas revelado pelo jornalista—efetuado comoparte de uma estratégia que assume vários objetivos (ROTHBERG, 2010,p. 56)”. Os objetivos podem ser: 1) conquista da adesão de um indivíduo incôscio dos meandros obscuros da política; 2) a sinalização, aos competidores, dos termos em que se dará a negociação nos bastidores; 3) a ocultação de supostas verdades incômodas; 4) a simples busca por vantagens pessoais, poder, riqueza, prestígio etc. “In campaign coverage, for example, verbs such as “attack,” “blame,” “hit,” “battle” or equivalent strategy-oriented verb phrases may be more frequently used in strategy coverage than in issue coverage (RHEE, 2003,

p. 30)”. Dessa forma, neste enquadramento não há uma visão geral da campanha eleitoral e sim aspetos relativos à determinados atores políticos.

O enquadramento econômico é uma tendência mais atual em estudos de *frame* e busca identificar nos textos noticiosos referências ao desenlace econômico de dada situação política. Apesar de não ter como objetivo central tratar de assuntos econômicos esse *frame* justifica-se quando refletimos que hoje a economia confunde-se com a política dado o atual contexto de crise internacional.

Foram estes os enquadramentos que este estudo propôs-se a identificar nos textos jornalísticos estudados, ainda que em alguns textos não fosse possível perceber uma distinção clara entre eles, através da extração de frases e partes do texto foi possível perceber e diferenciar os *frames* existentes e chegar a algumas conclusões como veremos a seguir. No capítulo de metodologia foi inserida uma tabela com o objetivo de melhorar a sistematização, compreensão dos enquadramentos e também a leitura do estudo.

CAPÍTULO 3

Metodologia: os procedimentos de análise

Segundo o dicionário da língua portuguesa um dos significados da palavra ‘metodologia’ é “arte de dirigir o espírito na investigação da verdade”⁵. Esta definição demonstra a importância desta etapa em um trabalho de investigação em comunicação social e para este estudo a escolha da metodologia foi um passo fundamental uma vez que mostra o posicionamento científico em relação ao tema estudado. A direção que tomou-se neste estudo na aplicação do método revela que há uma ideia que fica subentendida: os textos jornalísticos são permeados por características e símbolos que demonstram uma apropriação de sentido (ROTHBERG, 2010, p.23).

Portanto, a comunicação não é um processo estático, e sim, um processo que envolve a construção de sentido através do uso de enquadramentos na estrutura de um texto jornalístico. Colocado isso a metodologia escolhida para estudar a cobertura dos *media* portugueses sobre as eleições presidenciais brasileiras neste estudo foram duas: a análise de conteúdo e o *framing*.

A análise de conteúdo é uma metodologia extremamente conhecida nos estudos de comunicação social. Conceitualmente é possível dizer que a análise de conteúdo preocupa-se basicamente com a análise de mensagens e através dessa análise conseguir entender o processo, ou seja, identificar nos textos analisados o sistema de criação de significados e associar isso às questões conceituais e também com o referencial teórico (FONSECA JÚNIOR, 2006; ALTHEIDE, 1996).

Quanto à sua origem, em linhas gerais, a análise de conteúdo é uma metodologia que surge no início do século XX com o objetivo de através do uso de recursos metodológicos aplicados nos documentos analisados inferir dados, isto é, chegar a uma dedução sobre um tema qualquer investigado através da aferição da frequência de elementos categorizados. Alguns estudiosos criticam a análise de conteúdo por a julgarem demasiado positivista (FONSECA JÚNIOR, 2006) e acham que é uma metodologia que se restringe muito aos números e aos dados estatísticos. Entretanto, esta metodologia é largamente utilizada na área de comunicação social e

5 Dicionário da Língua Portuguesa, Dicionários Editora, 8ª. Edição, Porto Editora

com esta popularidade e com os diversos usos dados a ela na área de comunicação podemos dizer que o problema não é na metodologia e sim no uso que é feito desta; isto porque mostrou-se a sua importância quando a análise é feita sob uma perspectiva qualitativa e a possibilidade de através dos dados obtidos fazer inferências.

A palavra ‘inferir’ e ‘frequência’ são fundamentais para o conceito desta metodologia. Isto porque esta é uma metodologia que almeja como resultado a dedução de um raciocínio lógico através da frequência de categorias. Aliás, é importante ressaltar a importância da inferência para os estudos de comunicação social. Segundo Fonseca Júnior (2006) na análise de conteúdo, a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos de uma mensagem analisada. Desta forma, é possível dizer que a inferência é fator fundamental nesta tese, uma vez que busca-se uma certa constância de elementos que possibilitem provarmos, refutarmos e até mesmo surgimos com novas hipóteses àquelas apresentadas inicialmente.

Seguindo este raciocínio “o texto é um meio de expressão do sujeito, onde o analista busca categorizar as unidades de texto (palavras ou frases) que se repetem, inferindo uma expressão que as representem” (CAREGNATO, MUTTI, 2006, p. 682). Lembrando que considera-se que “a frequência com que aparece um símbolo, ideia ou tema tende a ser interpretada como medida de importância, atenção ou ênfase” (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 295).

Por outro lado, também optou-se por associar a uma metodologia de *framing*. Uma justificativa simples para a fusão de metodologias é dizer que uma complementa a outra. O *framing* e a análise de conteúdo podem ser consideradas metodologias complementares porque enquanto um foca mais na estrutura da reportagem a outra preocupa-se em categorizar o conteúdo (ALTHEIDE, 1996, p. 30). Em outras palavras, a análise de conteúdo colocada em prática neste estudo cuida da frequência e da presença ou não de fatos e esquemas simbólicos, por outro lado, temos o *framing*, que busca o enfoque, a sistemática da criação da estrutura da notícia, destacando alguns aspectos ou ocultando-os.

Portanto, a análise de conteúdo é usada para obter dados quantitativos e sistemáticos enquanto a *frame analysis* é usada para colaborar nas inferências feitas a partir do conteúdo estudado. Esta busca pelos enquadramentos possíveis na narrativa jornalística tem como objetivo

final uma crítica da mídia que procure emitir um julgamento objetivo sobre as matérias em análise (ROTHBERG, 2007).

Ainda sobre a união de duas metodologias distintas Williams et. al. (1998, apud Deacon et. al., 1999) considera que métodos diferentes podem ser adequados para diferentes etapas da pesquisa, na medida em que a utilização de vários métodos tem a vantagem das fragilidades de um método específico poderem ser compensadas pelos aspetos mais consistentes de outros métodos. Desta forma podemos resumir a ideia da união das metodologias ao dizer que a *frame analysis* ajuda esta pesquisa a evitar um aspeto reducionista da análise de conteúdo que é separar o conteúdo dos *media* em recipientes e com isso se restringir apenas a quantificar e medir (REESE, 2001).

Conclui-se que a união de dois tipos de metodologia é uma maneira de aliar possibilidades metodológicas, acrescentando objetividade ao que é subjetivo e vice-versa. “Systematic techniques for doing content analysis can help the subjective involvement of the person who is doing the framing analysis and improve the reliability and validity of the results” (VAN GORP, 2010, p. 90). Portanto, técnicas sistemáticas como método não só ajudam na objetividade do estudo como permitem um maior envolvimento do pesquisador. Por outro lado, é preciso admitir que um certo nível de subjetividade é inevitável. “After all, the linkage between the explicit elements of the news text and the central framing idea, which is part of a larger cultural level, requires some interpretation by the person who is doing the analysis” (VAN GORP, 2010, p. 90). Para além de inevitável em uma pesquisa de ciência sociais aplicadas é natural e desejável que os dados levem a conclusões e interpretações alicerçadas em dados reais.

Portanto, ao conceitualizar *framing* é preciso falar, em linhas gerais, sobre interpretação. De maneira mais didática é falar em seleção, exclusão e ênfase dentro do texto jornalístico e também aceitar a ideia de que esta não é uma metodologia com um modelo único de pesquisa. Como coloca Reese (2007) *framing* deve ser encarado como um modelo provocativo que “bridges parts of the field that need to be in touch with each other: quantitative and qualitative, empirical and interpretive, psychological and sociological, and academic and professional” (REESE, 2007, p. 148).

Pode-se dizer, então, que esta metodologia complementa a análise de conteúdo ao propor uma abordagem mais interpretativa do tema a ser estudado. Se por um lado a análise de conteúdo possui um modelo teórico bastante forte e explorado por diversos estudiosos a *framing*

analysis é uma metodologia que é bastante eclética e com múltiplas perspectivas daí não ter uma única forma para proceder com a análise. Entretanto, o framing é marcado pela seguinte linha de pensamento: os textos possuem estruturas que definem formas de interpretar os fatos. A seguir alguma das definições de *framing* dada por acadêmicos da área da comunicação:

| AUTOR | ANO | DEFINIÇÃO DE FRAMING: |
|---------------------|------|---|
| Entman | 1993 | “Some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.” |
| Altheide | 1996 | [...] very broad thematic emphases or definitions of a report, similar to the border around a picture that separates it from the wall and from the other possibilities. |
| Lawrence | 2000 | News frames are of particular interest because they constitute an exercise (intentional or, quite often, unintentional) of journalistic power; frames can draw attention toward and confer legitimacy upon particular aspects of reality while marginalizing other aspects. |
| Reese | 2001 | Frames are organizing principles that are socially shared and persistent over time, that work symbolically to meaningfully structure the social world. |
| Norris, Kern & Just | 2003 | The essence of framing is selection to prioritize some facts, images, or developments over others, thereby unconsciously promoting one particular interpretation of events |
| De Vreese | 2005 | [...] an emphasis in salience of different aspects of a 'topic' |
| Lecheler et. al | 2009 | Frames can be defined as patterns of interpretation that are used to classify information sensibly and process it efficiently. Framing stresses certain aspects of reality and pushes others into the background—it has a selective function. In this way, cer- |

Tabela 3 - Definições de framing

Desta forma os meios de comunicação de massa selecionam, organizam e apresentam a informação, construindo o enquadramento de mundo. Como coloca Norris, Kern & Just (2003), “the idea of ‘news frames’ refers to interpretive structures that journalists use to set particular events within their broader context” (NORRIS, KERN & JUST, 2003, p.11).

Os *frames* ou enquadramentos são estruturas que desenham limites, configuram categorias, e que determinam que algumas ideias fiquem dentro e outras fora e, por isso mesmo,

representam a forma na qual os sentidos podem ser incorporados através das histórias, dos meios de comunicação e do tempo (REESE, 2007, p. 150). Ainda, segundo Rothberg (2007) ,

Na prática jornalística, um enquadramento (framing) é construído através de procedimentos como seleção, exclusão ou ênfase de determinados aspetos e informações, de forma a compor perspectivas gerais através das quais os acontecimentos e situações do dia são dados a conhecer (ROTHBERG, 2007, p. 54).

Outra explicação para o que consiste o *framing*, que demonstra bem o que vem a ser de fato essas estruturas dentro do texto, é a de Reese (2001) que afirma que “framing is concerned with the way interests, communicators, sources, and culture combine to yield coherent ways of understanding the world, which are developed using all of the available verbal and visual symbolic resources’ (REESE, 2001, p. 5).

Segundo Entman (1991, apud Colling, 2001, p. 96), já que a narrativa não consiste apenas em palavras e figuras, o *frame* pode ser detetado pela sondagem de palavras em particular e em imagens visuais que aparecem insistentemente na narrativa. Cunha (2005) utiliza-se de uma metáfora para desenvolver o conceito de enquadramento e esta definição ajuda a entender como foi feito o método de análise deste trabalho.

A essência do enquadramento de uma notícia é o dimensionamento – seja pela ampliação ou pela redução - da importância do fato retratado. Uma analogia simples que facilita o entendimento do conceito é compará-lo a uma janela: os artifícios da escolha de imagens, palavras-chaves, metáforas etc, formam essa janela pela qual a audiência toma contato com o fato jornalístico e nota apenas os aspetos mais dominantes, priorizados pela representação mediática (CUNHA, 2005, p. 35).

Pode-se concluir que a *frame analysis* permite que o pesquisador foque na estrutura do texto jornalístico, busca perceber como as ideias são estruturadas para defender certos pontos de vista ou até mesmo ocultar alguns.

Através da leitura destas concepções da *frame analysis* construiu-se uma definição própria acerca desta metodologia:

Framing é uma metodologia que busca analisar as estruturas e os ‘esquemas’ que são construídos no fazer jornalístico e essa análise só pode ser feita através de uma leitura histórica e social do tema discutido.

Objetivos e hipóteses

O objetivo principal deste estudo era identificar como foi feita a cobertura das presidenciais de 2010 no Brasil. Quanto aos objetivos específicos são três que destacam-se:

- 1) Entender a dinâmica que existe entre jornalismo internacional e o avanço das novas tecnologias da comunicação;
- 2) Investigar a diferença que há entre a versão impressa e versão online dos jornais quanto ao tratamento das notícias referentes ao tema estudado;
- 3) Descobrir o papel dos correspondentes internacionais dentro desse contexto.

Diante destes objetivos gerais e específicos surgiram três hipóteses que encaminham o estudo:

Hip1) *A perspectiva adotada pelos jornais portugueses é o da eleição como estratégia.*

O enquadramento utilizado para cobrir os acontecimentos que envolviam a eleição presidencial no Brasil é feito sob a perspectiva do enquadramento estratégico. Esta hipótese foi sustentada na leitura de estudos que demonstravam que a maioria dos *framings* utilizados em cobertura política são os de estratégia.

Hip2) *A eleição no Brasil é vista através do olhar da região sul-sudeste.*

Nesta hipótese considera-se que é possível identificar na narrativa jornalística elementos que demonstrem que a cobertura jornalística no Brasil é feita através de uma geografia de centro e periferia (VAN GINNEKEN, 2009).

Ao considerar o aspeto da cobertura jornalística da editoria internacional em tempos de internet colocou-se mais uma hipótese:

Hip. 3) *A produção dos correspondentes é voltada para a Internet.*

A ideia que suporta esta hipótese é investigar como atua o correspondente internacional nos dias atuais. Questiona-se se há uma possibilidade do uso da internet pelos jornalistas apenas como uma fonte de notícias prontas, desta forma, nada novo seria acrescentado na notícias e, sim, apenas reproduzido. E levanta-se a questão dos correspondentes internacionais, onde eles estão presentes dentro desta nova dinâmica de tecnologias na comunicação social? Essa questão foi levantada após a leitura de um livro de Sambrook (2010).

Através da análise de enquadramento também espera-se encontrar os seguintes resultados; 1) os textos escritos por correspondentes estrangeiros são fundamentalmente temáticos; 2) as notícias escritas na internet são basicamente episódicas; 3) há uma grande quantidade de textos noticiosos que dão destaque ao ex-presidente Lula da Silva.

O Corpus

Feitas estas considerações sobre as metodologias utilizadas neste estudo podemos falar do *corpus* selecionado e dos jornais escolhidos. Para este estudo as unidades de análise foram coletadas do Jornal Diário de Notícias e do Jornal Público e também a versão online do Jornal Público. O período de análise foi o de um mês, do dia 01.10.2010 ao dia 01.11.2010, período que abrange o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras.

Para a seleção dos jornais ponderou-se que haveria a possibilidade de aparecer mais notícias internacionais nestes por serem considerados jornais de referência. É consenso dizer que jornais tais como O Público e Diário de Notícias dão mais atenção aos assuntos de política internacional. Por outro lado, o foco na segunda etapa das eleições se dá porque neste segundo turno os políticos em cena estão reduzidos a um menor número e é natural que os meios de comunicação sociais comecem a discutir as propostas dos presidencialistas de forma mais contundente. Portanto, faz sentido escolher esta data para iniciar a pesquisa.

A comparação da versão impressa com a versão online do Jornal Público e Diário de Notícias (DN) será feita com o objetivo específico de analisar a questão dos correspondentes estrangeiros em tempos de Internet e verificar a Hipótese 3.

Lembrando que o Jornal Público possui uma sessão online exclusiva para tratar do tema das eleições presidenciais no Brasil com o nome ‘Presidenciais Brasil 2010’. Lembramos

também que esta análise entre impresso e online foi feita também no sentido de verificar se há mais trabalhos (textos) dos correspondentes estrangeiros na versão online.

A unidade de análise nas revistas selecionadas foram os artigos individuais, incluindo notícias, entrevistas, editoriais, colunas de opinião. O critério para incluir na pesquisa foi o fato de ter referência direta às eleições presidenciais ou a algum candidato da disputa eleitoral. Apesar de ser um estudo pontual, o *corpus* analisado irá permitir começar a discussão sobre os enquadramentos das eleições presidenciais brasileiras nos jornais portugueses.

A questão que se colocou ao fazer este recorte foi pensar como os jornais portugueses organizam certas ideias ao longo de suas edições, partindo do pressuposto de que as notícias sobre política são feitas utilizando enquadramentos independente do fato dessa construção ter sido feita de forma consciente ou não. Daí também a importância de incluir neste estudo não apenas artigos, notícias, reportagens, entrevistas mas também editoriais e colunas de opinião. Afinal, estas demonstram o posicionamento do jornal, uma de forma mais direta e outra de forma indireta: direta porque precisamos considerar o jornal enquanto organização e o editorial representa a opinião declarada e indireta porque as colunas de opinião ao serem selecionadas passam pelo crivo desta mesma organização.

O Método de Análise

Como dito anteriormente este estudo trabalha com duas metodologias a análise de conteúdo e o *framing*. Rothberg (2007) explica que uma maneira simplificada de elaborar uma metodologia baseada em *framing* consiste em inventariar itens de informação que podem ser classificados em categorias de seleção, ênfase e exclusão. Nesta perspectiva e ainda segundo Rothberg (2007):

- 1) Seleção: envolve os dados apresentados pelo texto;
- 2) Exclusão: estima as informações que deveriam estar presentes a fim de atender os critérios de pluralidade e equilíbrio em enquadramentos temáticos, completos o suficiente para um entendimento mais amplo do assunto em questão;

- 3) Ênfase: é percebida a partir da identificação dos elementos que se destacam de alguma forma na matéria.

A análise qualitativa, com uma abordagem interpretativa tende a dar um maior foco para o aspeto cultural e político do conteúdo dos enquadramentos de notícias e como eles são construídos em cima de uma noção compartilhada de significado social (REESE, 2010, p.18).

Optou-se ao construir a grelha de codificação e elencar os enquadramentos trabalhados por fazer-se uma adaptação de várias metodologias: uma utilizada por Fonseca Júnior (2006) para a análise de conteúdo e também outras metodologias de *framing* (ROTHBERG, 2007; Van Gorp, 2010; PORTO, 2001).

Considerou-se na criação da grelha a questão da pertinência, objetividade, fidelidade e produtividade (FONSECA JÚNIOR, 2006). Estes aspetos foram, então, definidos da seguinte forma:

- 1) as categorias foram criadas considerando que pudessem responder as hipóteses levantadas e a teoria central, quanto mais pertinentes e objetivas melhor para o desenvolvimento do estudo;
- 2) assim como, a grelha foi construída levando em conta o aspeto da fidelidade dos resultados em caso de aplicação em outro estudo;
- 3) e todas as categorias devem produzir resultados que permitam estabelecer um índice de inferência, dados e hipóteses.

Ainda, conforme coloca Reese (2010) adotar uma perspectiva qualitativa e uma abordagem mais interpretativa pode ser complicado quando parece que categorias definidas não estão *imediatamente* presentes e não há um esquema de código evidente no qual as unidades textuais podem ser classificadas. Mas ao buscar nos textos de forma mais atenta e permitindo que estes *insights* apareçam, os *macroframes*⁶ podem ser discernidos. Estes *insights* só são possíveis através da leitura sistemática do material a ser analisado e também de um conhecimento sócio-cultural do tema. Esta dificuldade também é superada ao optar-se por seguir uma linha metodológica dedutiva para a análise de *framing*. Segundo Semetko e Valkenburg (2000)

6 Considera-se *macroframe* como sendo uma espécie de super estruturas, isto é, grandes esquemas, usados pelos jornalistas para abordar algum tema através de uma perspectiva particular.

A deductive approach involves predelining certain frames as content analytic variables to verify extent to which these frames occur in the news. This approach makes it necessary to have a clear idea of the kinds of frames likely to be in the news, because the frames that are not defined a priori may be overlooked (SEMETKO, VALKENBURG, 2000, p. 94).

Dessa forma os *frames* são identificados e operacionalizados a priori na investigação (DE VREESE, 2005). Apesar deste estudo trabalhar com ‘macroframes’ ou ‘frame packages’ já usados em outros estudos esta colocação é importante porque é preciso entender que o *framing* ou *enquadramento* é também um processo integrado que inclui produção, conteúdo, e a perspectiva dos *media* (DE VREESE, 2005).

Desta forma podemos dizer que o *frame* é um princípio organizador e que é sempre uma abstração e acha suas manifestações em várias localizações (REESE, 2010). O *frame* é o foco, um parâmetro ou fronteira, para discutir um evento em específico. O enquadramento, foca no que vai ser discutido, como será discutido e, muito importante, como não será discutido o tema em questão.

Portanto, como método de estudo para o *framing* resolveu-se separar categorias que poderiam ser encontradas (“*frame package*”), ou melhor dizendo, identificou-se um enquadramento geral e a partir dele definiu-se como os *media* analisados definem cada tema. Afinal, segundo Van Gorp (2010) na pesquisa de *framing* cada enquadramento reconstruído é apresentado por um “*frame package*”:

[...] an integrated structure of framing devices and a logical chain of reasoning devices that demonstrates how the frame functions to represent a certain issue. The manifest elements in a text that function as demonstrable indicators of the frame are the framing devices. Metaphors, historical examples from which lessons are drawn, catchphrases, depictions, and subthemes, types of actors, actions and settings, lines of reasoning and casual connections contrasts, lexical choices, sources, quantifications and statistics, charts and graphs, appeals a (emotional, logical, and ethical), all of which contribute to the narrative and rhetorical structure of a text. (VAN GORP, 2010, p.91)

Dada estas características sobre cada metodologia adotada e sobre o método de análise segue a descrição da grelha aplicada no estudo, separada por categorias.

Dividiu-se a grelha de codificação em 03 categorias. Na primeira categoria há uma análise da cobertura efetuada pelos jornais Público e Diário de Notícias com quatro tipos de

medidas. São elas: (1) contagem de histórias; (2) contagem de parágrafos; (3) editoriais; e (4) peças de opinião (MILLER, 2007, p. 117).

Nesta etapa buscou-se construir uma categoria para mesurar com objetivos comparativos, sendo que esta ficou com quatro medidas para tal efeito:

| MEDIDAS | | |
|----------------|------------------------------------|---|
| 1 | N.º de artigos sobre o tema | Contagem simples das unidades de análise |
| 2 | Contagem de parágrafos | “This process was selected as the best measure for tracking <i>media</i> coverage because it was most representative of the editorial decision to allocate resources from the news hole to a particular topic than story counts and was also manageable unlike words counts” (MILLER, 2007, p.119). Isto é, a contagem de parágrafo tem uma proporção direta com a importância do tema para o jornal e nem todos os parágrafos foram contabilizados, apenas os da peça principal. |
| 3 | Editoriais | Nesta medida considerou-se estes apenas como unidades. Depois, na análise dos enquadramentos, estudou-se o que os editoriais tinha a dizer. [...] However, it was only considered relevant whether and editorial appeared because the decision to dedicate the space to that subject, of all other options available to the newspaper, was noteworthy” (MILLER, 2007, p.122). |
| 4 | Peças de opinião | Foram selecionados também peças de opinião que diferem do editorial porque este representa a visão do jornal enquanto organização, por outro lado, as peças de opinião apesar de serem escolhidas pelo jornal, são contudo oficialmente representações somente do ponto de vista do próprio autor. |

Tabela 4 - Primeira Categoria - Análise de Conteúdo

Este estudo não se limitou apenas à contagem simples de unidades de análise porque considerou-se que seria insuficiente para chegar às conclusões necessárias. Como explicou-se anteriormente o editorial e as peças de opinião foram unidades de análise escolhidas porque dentro do contexto do jornal demonstram uma opinião/tendência de posicionamento. Se por um lado temos os artigos individuais, incluindo notícias, entrevistas que supostamente são isentos de opinião o editorial e as colunas de opinião são autorizados e mesmo esperados que tenham uma opinião .

Portanto, assim como os editoriais as peças de opinião são uma boa forma de verificar o interesse dos *media* e o enfoque que é dado ao tema ou à história “these pieces are therefore a good indication of the level of *media* interest and the peaks of tension that the *media* recognized in its own storyline and theme” (MILLER, 2007, p.123).

Na segunda categoria procurou-se fazer uma análise do conteúdo do texto com as seguintes medidas:

- 1) Verificar o tom do texto jornalístico com as medidas positivo, negativo ou neutro, isto é, considerou-se neste estudo que um texto era favorável quando havia um sentimento positivo inerente ao texto, para fazer essa medida estabeleceu-se a contagem de palavras simples: quantas palavras negativas foram usadas para reportar as presidenciais no Brasil;
- 2) Verificar de quem era a produção do texto jornalístico, isto é, se ele era feito ou não por correspondentes estrangeiros ou qual era fonte utilizada para obter informação sobre os acontecimentos no Brasil;
- 3) Temas associados às notícias para além da questão das eleições presidenciais quais eram os assuntos mais recorrentes;
- 4) Pessoas que falam nas reportagens, quem são as pessoas ou fontes oficiais usadas para construir o texto.

Já a terceira categoria diz respeito à análise dos *framings*. Esta categoria foi adaptada dos estudos de Porto (2001) e Rothberg (2010). Tendo em vista que os objetivos do trabalho são, até certo ponto, semelhantes adaptou-se os conceitos e metodologia para esta investigação com o propósito de tornar o resultado desta mais plausível. São duas as etapas neste método de análise, a primeira engloba a observação de expressões e frases e sua posterior tabulação, a fim de categorizá-las, permitindo a sua descrição, numa tentativa de evidenciar os possíveis enquadramentos utilizados. A segunda etapa, constituída pela teorização desses resultados, procura ultrapassar o meramente observável em direção a uma interpretação (CUNHA, 2005).

Os enquadramentos usados na terceira categoria foram, portanto, 1) “corrida de cavalos”, 2) estratégico, 3) episódico, 4) temático, 5) econômico. Para não deixar que o resultado demasiado subjetivo e pessoal, quando não era possível identificar apenas um dos enquadramentos optou-se pela classificação “misto”, com o objetivo de não causar erro na

pesquisa por tendências pessoais. Para falar especificamente sobre cada um criou-se uma tabela com as características de cada “frame package” de acordo com o que foi recolhido em alguns estudos (PORTO, 2001; ROTHBERG, 2010; SEMETKO, VALKENBURG, 2000):

| ENQUADRAMENTOS: | CARACTERÍSTICAS/TEMAS TRATADOS: | PERGUNTAS QUE GUIAM O TEXTO: |
|-----------------------------|---|--|
| “Corrida de Cavalos” | Ligados às chances de derrota ou vitória no pleito eleitoral, sobrando pouco tempo ou espaço para enfoques mais abrangentes sobre as políticas efetivamente propostas pelos candidato; | <i>Como a campanha do candidato pode ajudar ou atrapalhar suas chances de vitória?</i> |
| | Enfoque jornalístico se dá sobre as consequências dos supostos choques entre opções diferentes para a dinâmica do poder dentro dos partidos, do parlamento e para a ascensão ou declínio do próprio político, aliados e adversários; | |
| | De acordo com esta narrativa, o dia das eleições é a meta, e tudo que acontece durante a campanha só é interessante na medida em que altera as chances do político alcançar essa meta. O desenrolar da história é analisado cotidianamente, cada gafe ou revelação adquire importância dada no grande contexto de quem vai ganhar ou perder. | |
| | Tendência de construção do texto através do uso de sondagens. | |
| Estratégico | As ações e decisões de mandatários, candidatos e pré-candidatos tendem a ser apresentadas como elementos de um cálculo , efetuado como parte de uma estratégia que assume vários objetivos. Os objetivos podem ser: 1) conquista da adesão de um indivíduo incôscio dos meandros obscuros da política; 2) a sinalização, aos competidores, dos termos em que se dará a negociação nos bastidores; 3) a ocultação de supostas verdades incômodas; 4) a simples busca por vantagens pessoais, poder, riqueza, prestígio etc.; | <i>Quais são os interesses reais do candidato ?</i> |
| | Tendência de construção do texto através de um prisma maniqueísta. | |

| ENQUADRAMENTOS: | CARACTERÍSTICAS/TEMAS TRATADOS: | PERGUNTAS QUE GUIAM O TEXTO: |
|------------------|--|--|
| Episódico | Apenas acentuam aspetos circunstanciais dos fatos enfocado. | <i>O que aconteceu e onde, como?</i> |
| | Mal tocam nas questões propriamente políticas do fato, ligadas à complexidade das escolhas envolvidas em determinada opção a ser adotada ou rejeitada pela gestão pública; | |
| | Tendência da construção do texto através do uso de citações | |
| Temático | Os temas em questão são os aspetos concretos das políticas públicas envolvidas nas escolhas eleitorais, ações e decisões de mandatários, conferências nacionais e internacionais, votações parlamentares, arranjos partidários, implementação de novas medidas legais etc. | <i>Porquê? Qual é a razão, causa e consequências?</i> |
| Econômico | O texto é construído através de um enquadramento que relaciona o tema das eleições com desenlaces econômicos. | <i>Há uma menção de ganhos ou perdas financeiras no futuro? Há uma menção dos custos envolvidos na campanha?</i> |

Tabela 5 - Enquadramentos

Antes de finalizar com o os resultados que espera-se encontrar nesta análise faz sentido inserir neste capítulo um excerto do artigo produzido por Rothberg (2010) que apesar de não falar em metodologia e sim de crítica de mídia pode ser transferido para esta matéria sem perder o significado:

Entendidos como formatos genéricos de cobertura, os diversos enquadramentos possíveis a uma matéria podem ser identificados por uma crítica de mídia que procure emitir um julgamento objetivo sobre as matérias em análise. [...]. A avaliação de enquadramento tende a ser clara o suficiente para que contenha, a um só tempo, um inventário dos olhares construídos por determinada matéria em torno de certo assunto e uma consideração qualitativa a respeito da adequação de seu foco (ROTHBERG, 2010, p. 60).

Neste sentido, após colocada em prática a grelha de análise espera-se elaborar uma consideração qualitativa a respeito dos resultados encontrados.

CAPÍTULO 4

A cobertura Jornalística das presidenciais 2010 do Brasil: uma análise do jornal Público e do Diário de Notícias

Apesar do jornal Público e Diário de Notícias serem considerados jornais de referência em Portugal pode-se dizer que os resultados encontrados foram bastante diferentes. Os jornais demonstraram usar de forma diferente a página online e também demonstraram que os correspondentes ou enviados especiais são profissionais com diferentes funções no jornal.

Esperava-se encontrar no jornal Público uma utilização mais intensa do correspondente estrangeiro já que este jornal produziu uma página apenas com o tema voltado para as Presidenciais do Brasil. Mas como nota-se nos resultados que vão ser expostos a seguir em termos quantitativos a produção deste profissional não é tão significativa.

No que toca ao Diário de Notícias a grande quantidade de notícias com o tema pesquisado não significam uma maior profundidade na abordagem noticiosa. Muito pelo contrário os textos noticiosos restringiam-se, por vezes, em uma informação extremamente pontual.

A seguir estão os resultados encontrados na análise destes dois jornais em contraponto também com a hipóteses levantadas.

Resultados encontrados no Público

Os resultados encontrados no *Público* chamam a atenção pelos seguintes fatores:

- 1) há uma tendência em usar como fonte os *media* considerados de referência no Brasil;
- 2) há um número considerável de chamadas de capa com o tema pesquisado e;
- 3) dois editoriais eram específicos sobre as Presidenciais no Brasil.

Foram encontrados um total de 39 textos noticiosos, deste total os seguintes números foram identificados em relação ao gênero jornalístico: cinco notas, dois editoriais, 18 reportagens, 11 notícias, duas entrevistas e uma crônica. A média de parágrafos obtidas foi de 22

parágrafos. Apenas através desta quantificação é possível destacar duas coisas: apesar do número de textos produzidos ser menor do que o do Diário de Notícias há uma maior quantidade de espaço cedida pelo jornal para este tema e ainda é de destacar que dois editoriais trataram diretamente sobre as Presidenciais no Brasil.

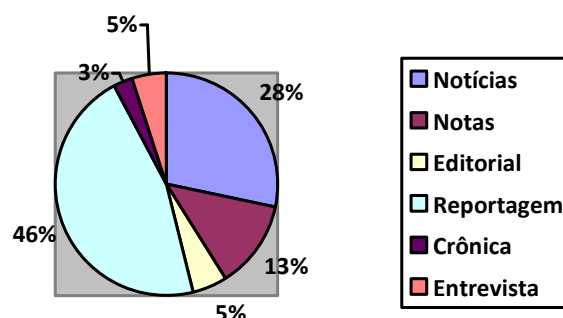


Figura 1 - Gênero do texto

Lembra-se que neste estudo considera-se o editorial um caso particular de texto de opinião, porque apesar de não ser assinado é claramente um texto que representa a perspectiva do jornal acerca do tema tratado. Portanto, os editoriais aparecem dentro do corpus estudado com uma representatividade de apenas 8%. Entretanto, é preciso ressaltar a presença dos editoriais: “in measuring attention [...] it was only considered relevant whether an editorial appeared because the decision to dedicate space to that subject, of all other options available to the newspaper, was noteworthy (MILLER, 2007, p. 122)”. Mais adiante neste capítulo, olhando pelo lado qualitativo da pesquisa, tratar-se-á da questão do que estes editoriais tinham a dizer.

Quanto ao número de vezes em que o tema é assunto na capa do jornal foram quantificados um total de 64%. É óbvio que um assunto referido na capa é um tema que o jornal considera forte o suficiente para ser destaque na mesma proporção que o editorial demonstra a relevância do tema. Este estudo não classificou a importância ou o tamanho dado a estas chamadas na capa, contudo, o simples fato de aparecerem já mostra o destaque que foi dado ao assunto dentro do *corpus* analisado.

Do total de textos noticiosos estudados 85% destes tinha um tom neutro e apenas 10% eram negativos e ainda apenas 5% possuíam um tom positivo. Na figura 1 podemos ver que a tendência geral do tom adotado em cada estilo de peça jornalística.

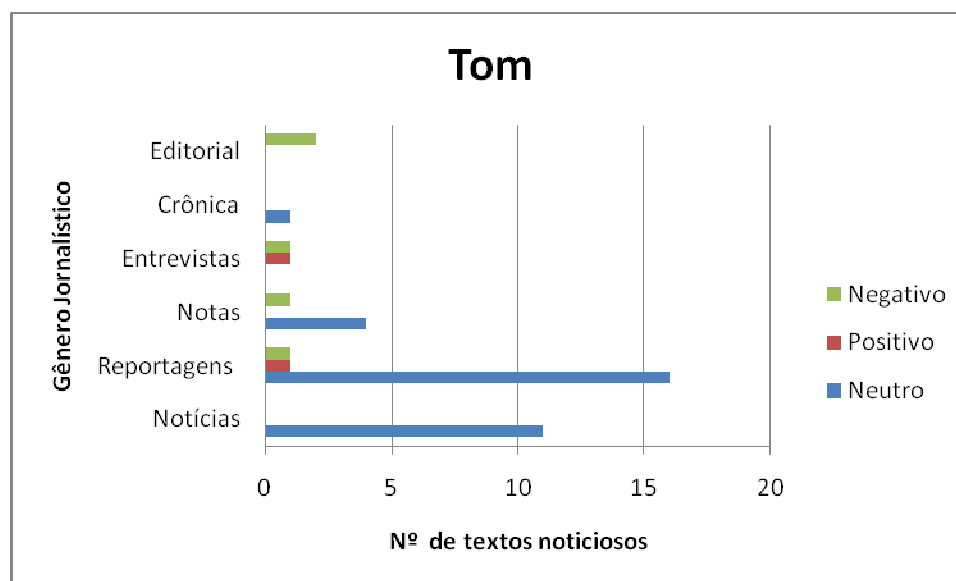


Figura 2 - Tons dos textos noticiosos

Quanto às fontes utilizadas para a produção de texto o que nota-se no Público é que este usa os *media* locais e também os jornalistas para sustentar a informação. “Not only do journalists often get a considerable part of their information or perspective from other journalists, but the *media* often get a considerable part of their information from other *media* as well. The national press, radio and television often provide raw material for foreign journalists” (VAN GINNEKEN, 2009, p. 134).

Ainda sobre essa questão é interessante notar que os *media* pautam ou enquadram o discurso de outros *media*. No caso os meios de comunicação social usados são considerados como jornais de referência no Brasil: Folha de São Paulo e Estado de São Paulo. E todos os jornalistas citados como fonte eram colaboradores ou colunistas de algum destes meios de comunicação. Outro aspeto deste resultado é o de “pré-mediatizar” a informação, isto é, a produção da notícia não é própria, é uma reprodução do discurso de outrem. E esta reprodução de ideias não acrescenta nada de novo ao tema tratado, apenas ecoa opiniões.

Quanto à categoria de editoriais, as eleições presidenciais no Brasil foram tema de editoriais por duas vezes no jornal, no final da primeira eleição e também na segunda volta. O primeiro editorial, quando a eleição ainda não estava decidida, possuía um tom neutro, até mesmo benevolente para com o Brasil e limitava-se apenas à mencionar o ex-presidente e fazer uma previsão negativa caso a eleição de Dilma Rousseff viesse a confirmar-se: “A economia brasileira tem pernas para andar sozinha, mas muitos temem que Dilma não consiga ...” Já o segundo editorial do dia 01 de novembro de 2010 mostrou-se com um posicionamento totalmente negativo, na linha do primeiro editorial, ao colocar em questão a competência da atual presidente para governar o país.

Estes resultados demonstram duas coisas: o primeiro é que o assunto é suficientemente relevante para constar em um editorial e a segundo ponto a ser notado é o posicionamento do jornal em relação à eleição de Dilma Rousseff, que é vista como alguém que está “tampando buraco” enquanto Lula não pode candidatar-se.

Análise da produção dos correspondentes no Público

A análise feita concernente aos correspondentes demonstrou que na versão impressa do jornal este é um profissional bastante valorizado. Talvez pelo posicionamento do jornal, tido como de referência, no qual ter correspondentes no exterior é uma forma de agregar valor à imagem do jornal (NATALI, 2004; AGUIAR, 2008). Dos 38 textos analisados 26 eram produzidos por um correspondente estrangeiro, isso em termos percentuais significa dizer que 67% dos textos foram produzidos por correspondentes. Estes dados seguem a tendência encontrada após aplicar a grelha de análise no *corpus*, tendência esta que indica que os correspondentes são profissionais usados muito mais na versão em papel do jornal. É importante ressaltar que não há indicação de notícias de agências de notícias.

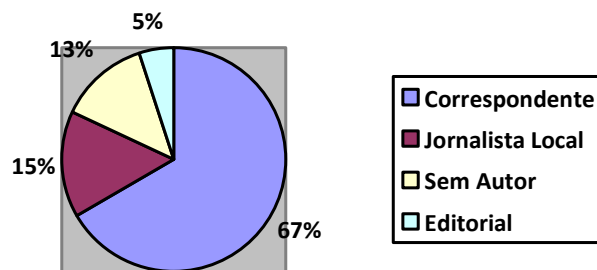


Figura 3 - Autoria dos textos jornalísticos

A maioria dos textos assinados por correspondentes foram produzidos no Rio de Janeiro e, em segundo, em São Paulo. Ambos localizados na Região Sudeste, centro econômico brasileiro. Isto vai de acordo com as colocações de Van Ginneken (2009) quando diz que há uma maior ênfase nas regiões desenvolvidas, isto é, que os correspondentes estão alocados em locais que possuem melhor acesso e estrutura e, por consequência disso, as notícias internacionais excluem as periferias.

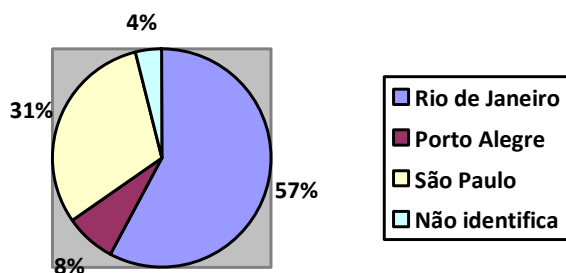


Figura 4 - Local de onde o correspondente produz a notícia

Quanto ao tom adotado pelo correspondente temos que a maioria dos textos produzidos são neutros. Resultado também que esperava-se encontrar dado o posicionamento do jornal e, também, ao considerar-se que, a priori, um texto jornalístico deve ser isento de opinião.

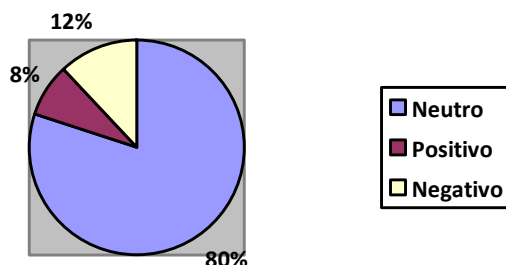


Figura 5 - Tom da notícia

Outro resultado que esperava-se encontrar era uma maior produção de reportagens pelos correspondentes e através da análise obtivemos um total de 58% dos textos produzidos eram do gênero reportagem:

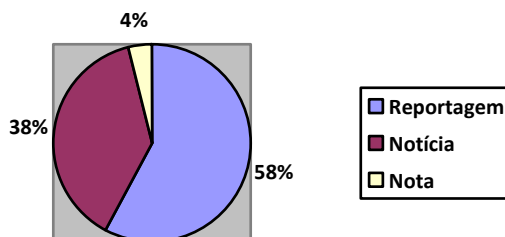


Figura 6 - Gênero produzido pelos correspondentes

Por último, mas não menos importante, é o fato de que dentro das reportagens assinadas pela correspondente todas possuem uma referência a algum jornalista ou meio de comunicação social local. São estes jornalistas que comentam a notícia e dão suporte à informação que a correspondente relata. Este resultado é particularmente curioso porque vai ao encontro do que Van Ginneken (2009) e Hannerz (2010) afirmam que os correspondentes criam entre eles e entre os *media* locais redes de conhecimento e elegem aqueles de mais confiança para sustentarem as

suas notícias. Nestes textos são os jornalistas e os meios de comunicação social que possuem uma voz, que trazem e constroem as ideias sustentadas pelo correspondente.

Análise de *Framing*

No Público foram encontrados mais enquadramentos temáticos (41%) e em segundo lugar enquadramento episódico (28%), seguido do corrida de cavalos (14%) e econômico (10%). Então, em linhas gerais, o que chama a atenção nesta análise é o fato de aparecer o *framing* econômico em uma quantidade mais significativa, uma vez que era de se esperar encontrar os *framings* corrida de cavalos, temático e episódico como mais proeminentes estando, então, de acordo com outros estudos do gênero.

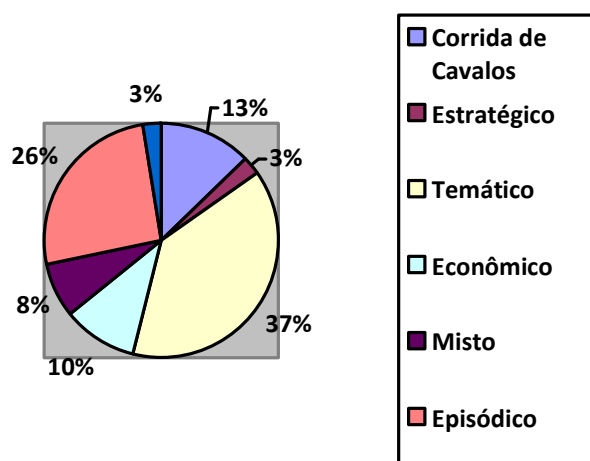


Figura 7 - Framings

Quanto às análises destes dados podemos dizer que os 41% de enquadramentos temáticos são justificáveis e não causam surpresa porque a maioria da produção noticiosa é feita por correspondentes (67%). Segundo Sambrook (2010) o papel do correspondente estrangeiro na Era da Internet é muito mais de interpretação dos acontecimentos e situar o panorama dentro da realidade cultural do leitor do que propriamente de trazer a *breaking news*. Os dados encontrados aqui permitem-nos corroborar essa ideia.

Mas se por um lado temos 41% dos textos com enquadramento temático também temos uma alta incidência em enquadramentos episódicos. Em outras palavras, os acontecimentos são narrados de maneira pontual e podemos fazer conexão com a ideia de Aguiar (2008) de que há uma tendência em “pré-mediatizar” o discurso, ou seja, no caso do Público, os temas são tratados de forma pontual porque são apenas um recorte de ideias de outros meios de comunicação social. A apuração da notícia é feita através do que é dito nos *media* de referência brasileiros.

O terceiro *framing* mais encontrado foi o “corrida de cavalos”, este enquadramento é recorrente em estudos deste gênero relativos à política. É interessante ver que as notícias sobre política são colocadas no mesmo nível das notícias sobre esportes e, escritas com uma forma que despertem o interesse do leitor para o que irá acontecer a seguir. Um exemplo interessante disso é um trecho retirado de uma reportagem do dia 17 de outubro que diz “Agora Serra e Dilma estão a sós, quase ombro a ombro”, que dá uma ideia gráfica para o leitor de uma corrida.

Vale também ressaltar que o *framing* econômico surgiu nesta análise com uma considerável representatividade. Dentro deste ‘frame package’ há uma perspectiva de considerar os resultados possíveis para a economia mediante quem ganharia as presidenciais no Brasil, as notícias eram frequentemente associadas ao desenvolvimento econômico brasileiro. Um exemplo disso é a notícia do dia 27.10.10 (“*Financial Times* prefere José Serra como presidente”) no qual o Público cita uma revista americana de economia: “Já Dilma, continua o editorial, ‘é a favor de um Estado maior, embora um quinto das maiores empresas de capital aberto já tenham, de uma forma ou de outra, o Estado entre seus cinco maiores acionistas’”.

Outra que é interessante destacar é a do dia 02.10.10 (“No mundo da finança Dilma, Serra ou Marina são um detalhe”), esta reportagem foi toda construída através do interlace entre economia e política, com uma análise do que foi o governo Lula em termos de desenlace político e também econômico e o que o Brasil poderia esperar de acordo com a escolha do novo presidente.

Resultados encontrados no Diário de Notícias

Os resultados encontrados no Diário de Notícias (DN) chamam a atenção por dois fatores:

- 1) Há poucas chamadas nas capas;
- 2) As matérias não citam muito a ex-candidata Marina Silva (ao contrário do Jornal Público);
- 3) O ex-presidente Lula da Silva adquire um papel mais secundário nos textos jornalísticos.

Outra questão que é interessante nos textos do DN é o de que as reportagens possuem temas mais variados: situação de uma localidade específica do Nordeste, ponto de vista dos Brasileiros que estão a morar em Portugal, a questão do voto no Brasil ser opcional aos 16 anos.

Em termos quantitativos temos um total de 40 textos jornalísticos produzidos dentro do período analisado. Destes textos há cinco reportagens, 26 notícias, sete textos de opinião, uma entrevista e uma nota. Ressaltando que não há editoriais sobre o tema. Na contagem de parágrafos obteve-se uma média de aproximadamente seis parágrafos por texto noticioso.

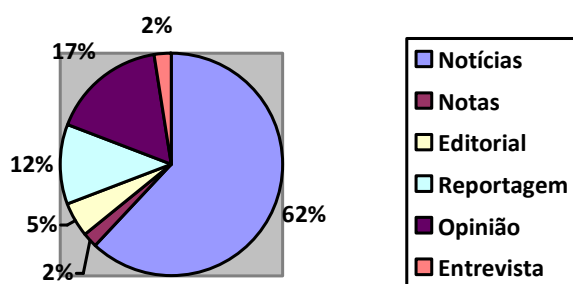


Figura 8 - Gênero do texto jornalístico

Algo que deve ser notado são os textos de opinião, que representam um total de 17,5% dos textos analisados. As colunas de opinião são, em sua maioria, escritas pelos jornalista Ferreira Fernandes e apenas uma é escrita por outra pessoa, no caso, um investigador

universitário. Este resultado é curioso porque demonstra que apesar de não haver editoriais acerca deste assunto as peças de opinião, tendo como tema as presidenciais no Brasil, tiveram um relativo destaque. “Like editorials, these pieces are therefore a good indication of the level of *media* interest and the peaks of tension that the *media* has recognized in its own storyline and theme (MILLER, 2007, p. 123)”.

Outro fator a notar é que 57% destas peças de opinião são negativas. Os textos em geral tratavam de algum ponto negativo relativo ao processo eleitoral brasileiro ou até mesmo ao políticos. Uma dessas citações que merece destaque é a do dia 03 de outubro onde lê-se “Acontece que no Brasil as mais esquisitas coligações são possíveis [...]” mas também lê-se, no dia seguinte, “[...] a democracia brasileira vai bem e recomenda-se” (trecho retirado da edição do dia 04.10.10).

Voltando ao assunto das chamadas de capa, no período analisados apenas 22,5% dos textos noticiosos possuem chamada na capa. É possível dizer que uma notícia colocada na capa é considerada de importância para os leitores do jornal e o fato desta chamada ocorrer em tão pouca quantidade demonstra um posicionamento se não direto, então, indireto em relação ao tema analisado.

Quanto ao tom encontrados nos textos noticiosos os segundos dados foram encontrados. No gênero notícias notou-se que havia uma tendência em manter um discurso neutro (60 %). Quanto ao gênero reportagem não notou-se uma diferenciação no tom, com 80% de textos classificados como neutros, em termos gerais, seguiu a mesma tendência das notícias. Os outros resultados mostram uma entrevista com conotação neutra e outra nota com conotação negativa.

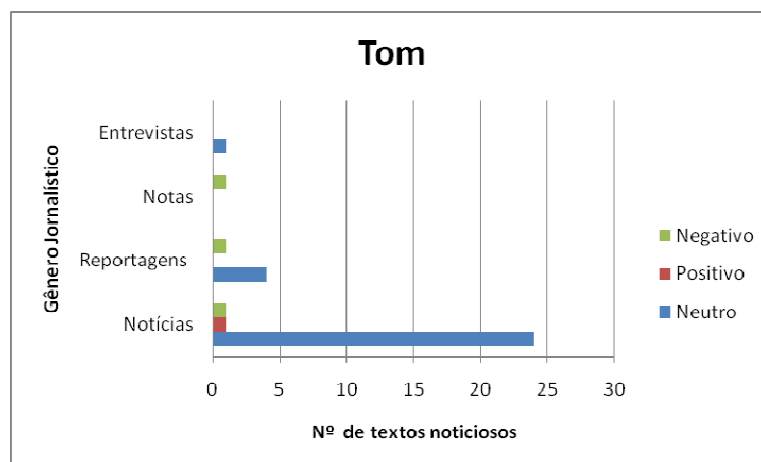


Figura 9 - Tom dos textos jornalísticos

Sobre as fontes utilizadas para a produção dos textos o DN segue a tendência de usar jornais do sudeste brasileiro, região mais rica e famosa do Brasil, com preferência exclusiva para os jornais cariocas e paulistas.

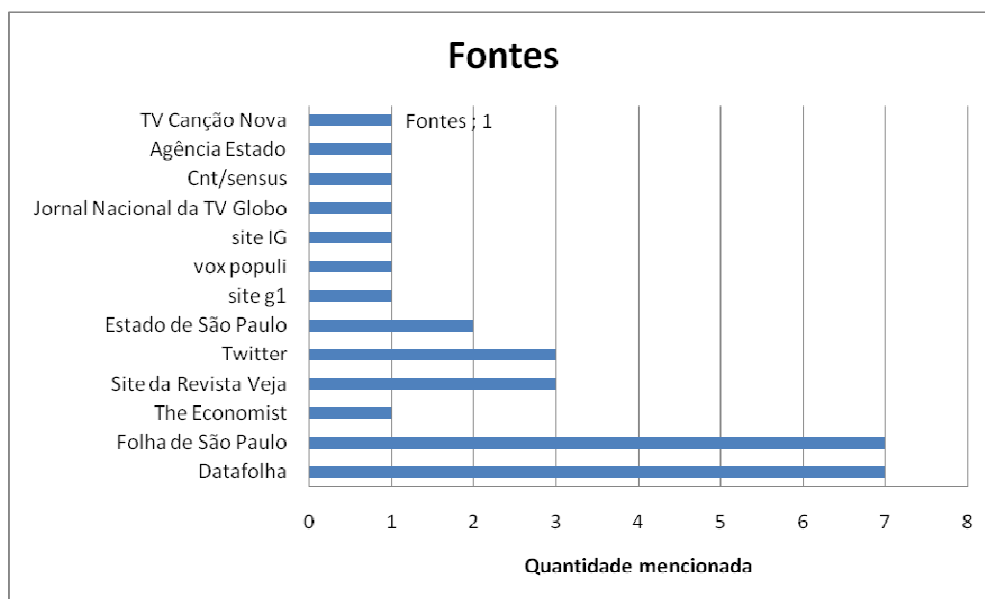


Figura 10 – Fontes utilizadas para construir o texto

Algo que chamou a atenção durante a análise de conteúdo foi o fato do microblog Twitter ser usado como fonte de informação – foram consultados o twitter do presidente venezuelano Hugo Chávez e da ex-candidata Marina Silva e do representante do Partido dos Trabalhadores no Brasil. Isto pode ser um índice do que alguns autores defendem para o jornalismo internacional, uma crescente integração entre as redes sociais e os jornalistas: “Social *media* are leading, supplementing and complementing what professional news organisations offer, providing fresh source material for reporters, but also competing with them for public attention (SAMBROOK, 2010, p. 2)”. Mais especificamente sobre o Twitter, Sambrook (2010) diz que o fenômeno das mídias sociais tornou os 140 caracteres do Twitter em uma fonte de notícias considerada eficaz.

O DN mantém a tendência em citar regiões do Sul/Sudestes brasileiro e quando diversificam citam localidades da Região Nordeste. Entretanto, também é citada a região de Minas Gerais com a capital Belo Horizonte (BH). O motivo deste relativo destaque, como foi dito anteriormente, pode ser explicado pelo fato da Presidente Dilma Rousseff ter nascido em BH.

Análise da produção dos Correspondentes Estrangeiros no DN

Como destacou-se na metodologia o objetivo deste estudo era também investigar de quem era a produção do texto jornalístico, isto é, se ele era feito ou não por correspondentes estrangeiros. Nesta mesma linha buscou-se diferenciar os temas associados às notícias e as pessoas que falam nas reportagens e as fontes utilizadas. Tudo isso com o objetivo de notar as nuances entre os textos que eram ou não produzidos por correspondentes..

Em termos quantitativos 35% dos textos eram produzidos por correspondentes estrangeiros, neste jornal classificados também como “enviado especial”. É preciso notar, entretanto, que os textos não foram escritos por um único correspondente e este fator talvez explique alguns resultados que aqui foram encontrados como colocaremos mais adiante.

Nos textos produzidos por correspondentes os enquadramentos achados, em sua maioria, indicavam uma tendência para o temático (50%). Na Figura 11 é possível ver os enquadramentos achados e as percentagens. Considerando que este enquadramento surge quando o texto noticioso propõe-se não apenas em relatar os acontecimentos de forma pontual, este resultado está de acordo com o que é esperado de um correspondente estrangeiro nos dias atuais: “their role will be as much about verification, interpretation and explanation as revelation (SAMBROOK, 2010, p. 99)”.

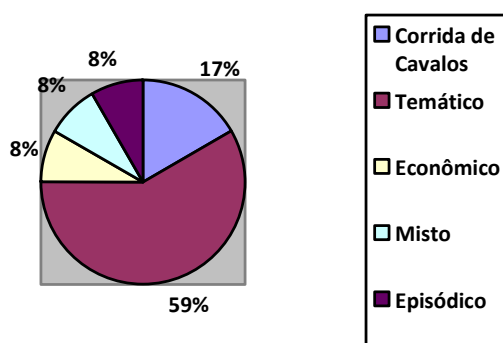


Figura 11 - Enquadramentos encontrados nos textos produzidos pelos correspondentes

Fato curioso é mesmo os jornalistas correspondentes também usarem como fonte de informação sites de jornais brasileiros. Ainda que em termos quantitativos isto não seja tão representativo como no caso do Público.

Fato curioso é o de que os correspondentes estrangeiros também usem como fonte de informação sites de jornais brasileiros. Ainda que em termos quantitativos isto não seja tão representativo como no caso do Público.

Referente ao tom da notícia temos uma maioria de textos jornalísticos neutros como está exemplificado na figura 12.

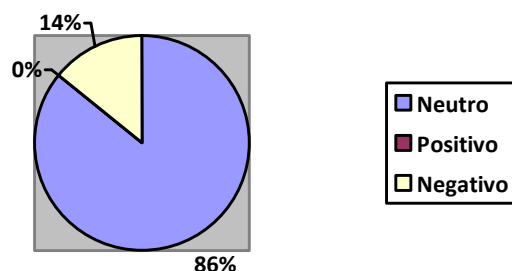


Figura 12 - Tom da notícia

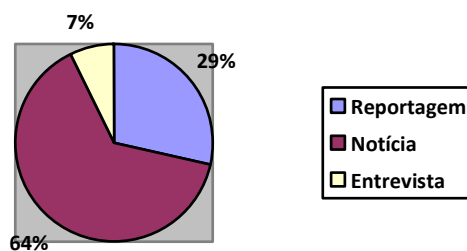


Figura 13 - Gênero do texto jornalístico

Em relação ao gênero produzido pelos correspondentes (figura 13), nota-se uma maior quantidade de notícias, com uma representatividade de 64%.

Análise de Framing

Quanto à análise de framing encontrou-se no Diário de Notícias um total de 24% de *framing* temático, seguido com 23% do *framing* episódico. Sendo que a maioria dos enquadramentos localizados neste jornal são misto, isto porque ou não era possível identificar um enquadramento ou (e mais frequente) vários enquadramentos eram perceptíveis no estudo.

Interessante notar que há uma grande relevância de enquadramento temático ainda que a média de parágrafos tenha sido de apenas seis por texto noticioso, o que leva a conclusão de que apesar do espaço, relativamente pequeno, os textos noticiosos procuravam situar o leitor quando aos acontecimentos eleitorais no Brasil. Ao contrário do que se esperava encontrar apenas 13% dos texto noticiosos foram classificados como “corrida de cavalos”.

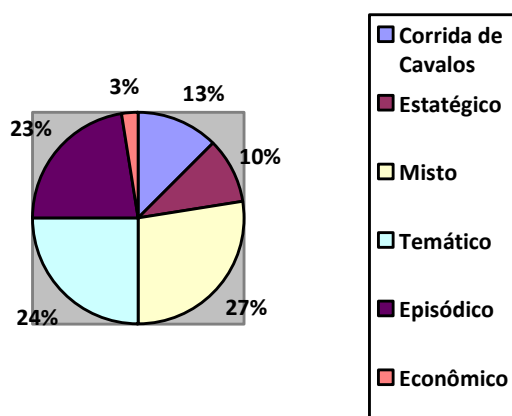


Figura 14 - Enquadramentos encontrados no Diário de Notícias

Duas conclusões acerca deste resultado em específico podem ser elaboradas. A primeira é de que um texto noticioso pode ter vários enquadramentos, inclusive com diferenças do título da notícia para o texto em questão. O que vai de acordo com a teoria de que os *framings* são muito mais formações inconscientes do que propriamente manifestações claras de posicionamento.

A segunda conclusão é a de que a aparição de um grande número de enquadramento temático dá-se pela presença dos textos de opinião e também e, muito importante, pela produção dos correspondentes estrangeiros. Ao comparar a Figura 12 com a Figura 11 é possível perceber a diferença que há entre a produção apenas dos correspondentes. Este resultado segue com o que

Sambrook (2010) afirma sobre uma nova postura dos correspondentes, muito mais de situar o leitor sobre os acontecimentos, aproximando a notícia e desenvolvendo o tema.

Resultados encontrados na página online do Público

O jornal *Público* para cobrir as eleições presidenciais no Brasil optou por uma página online exclusiva sobre o tema. Este investimento talvez justifique-se se pensarmos que este é um jornal que dá destaques às notícias internacionais. Independente dos motivos que levaram o jornal a fazer essa escolha o fato é que segue a tendência na qual “news organisations have taken themselves online – some profitably, most not – in competition with aggregators, blogs and digital services from a wide range of organisations and individuals (SAMBROOK, 2010, p. 27)”.

Sobre as notícias analisadas através da página Presidenciais no Brasil do *Público* foram encontradas um total de 30 notícias dentro do período analisado. Um total de 50% das notícias são assinadas por “*Público*” e apenas 37% são produzidas por correspondentes estrangeiros, nomeadamente, por uma correspondente Alexandra Lucas Coelho. Dentro desta variável é interessante ressaltar que as agências de notícias surgiram poucas vezes nas notícias online, com uma representatividade de apenas 10%; outro fator a ser ressaltado é o de que há apenas uma notícia assinada por outro jornalista para além da correspondente, um aspeto sobressai nessa análise: a maioria das notícias veiculadas na versão online deste jornal são criadas através da apuração de outros *media* e, portanto, não possuem assinatura.

Esperava-se encontrar no meio online mais notícias produzidas pelos correspondentes. Isto é, em outras palavras, esperava-se que o correspondente estrangeiro produzisse para a página online. Entretanto, os resultados encontrados demonstram que o correspondente produz antes para a versão impressa do jornal e depois os textos são transferidos para a versão online.

Aquelas notícias que não são produzidas pela correspondente (que correspondem a um total de 63%) são feitas com ajuda dos meios de comunicação brasileiros de prestígio tais como a *Folha de São Paulo* e *Estado de São Paulo*, considerados como jornais de referência e, curiosamente, todos do estado de São Paulo. Aliás, é curioso e vale a pena ressaltar este aspeto que vai de encontro com a tabela colocada por Van Ginneken (2009) na qual o maior mercado de comunicação social da língua portuguesa está concentrado em São Paulo que possui um total de 15,2 milhões de pessoas e um Produto Interno Bruto de 416 bilhões de dólares. No Brasil a cidade de São Paulo é considerada a de maior influência.

Wherever there is a choice, most Western *media* correspondents would rather reside in a capital or a country which is considered more or less (pro)-Western in outlook. From that vantage point, they will also report on other nearby capitals and countries which are considered more or less non or anti-Western. Whenever there is crisis, they therefore have easier and wider access to information and sources which tend to present one side of the story. This tends to reinforce other tendencies in the same direction (VAN GINNEKEN, 2009, p. 132)

Outro resultado, que assemelha-se com o encontrado nos meios impressos, é o de que 29% das notícias analisadas possuem – assumidamente – como fonte de informação meios online, isto é, portais e sites de internet. Esta informação é importante para poder termos uma possível explicação dos resultados anteriores. A inferência possível, portanto, é a de que a produção de notícias é diferenciada, isto é, há uma pré-mediatização da notícia, como colocou Aguiar (2006) o Jornalismo Internacional tende a fazer uma apuração dos fatos à distância, utilizando-se de outras mídias. Portanto, [...] “ao trabalhar com “apuração a distância”, o Jornalismo Internacional apresenta uma tendência “natural” a pré-mediatizar o trabalho jornalístico (via apuração por outras mídias); realizando uma permanente polifonia e reproduzindo discursos sobre discursos de outrem (AGUIAR, 2006, p. 19)”.

Nas notícias do meio online o tema mais recorrente foi o das sondagens (35%) - para além de possuírem um tom neutro também usavam como fonte de informação empresas de pesquisa eleitoral tais como VoxPopuli, Ibope e Datafolha. O segundo tema mais recorrente foi o dos debates (16%), este para além de ser um tema que suscita sempre interesse em tempo de eleição também é um tema de fácil de construção porque usa-se a análise de outros *media* e dada a facilidade do acesso que a Internet proporciona aos acontecimentos.

Então, na versão online do Jornal *Público* a sondagem como tema que mais destaca-se. Estes resultados são justificáveis se considerarmos que este é um meio que precisa de atualização constante: as sondagens e os debates são fontes de curiosidade e polémica em período eleitoral.

O que nos leva a considerar outra variável: 92% das notícias online possuem um tom neutro; ao cruzarmos os dados entendemos que estes resultados são justificáveis porque estas notícias não foram feitas por correspondentes. Isto é, as notícias assinadas por “*Público*” eram em sua maioria sobre sondagens e limitavam-se a dar os últimos resultados das pesquisas eleitorais.

Mais uma vez levanta-se a questão das notícias focarem na ex-candidata à presidência Marina Silva. Esta apareceu como 'protagonista' nas notícias em uma quantidade maior do que a esperada uma vez que na segunda volta das eleições presidenciais ela já não era a candidata.

Após efetuada a análise mostra-se que Marina Silva é 'protagonista' em 17% das notícias no meio online. Outra questão a ressaltar aqui é a de que a ex-candidata à presidência Silva é retrata sempre com um tom positivo.

Retomamos a questão da localidade das notícias ao dizer que a maior parte das localidades/regiões do Brasil citadas na página online *Presidenciais no Brasil* do Público é São Paulo. Das notícias analisadas, no período de um mês, 33% delas mencionam a cidade de São Paulo em grande contraste com as outras regiões. Este resultado justifica-se de uma forma simples ao lembrarmos que a maioria das fontes utilizadas para a produção das notícias são dois grandes jornais paulistas e, pelo óbvio, São Paulo é o centro econômico brasileiro. A cidade mais próxima em questão de visibilidade nestas notícias analisadas é Rio de Janeiro com 13% e Brasília e Belo Horizonte ambas com 10%. Resultados que podem ser explicados porque respectivamente, uma é a capital turística do Brasil, outra é a capital federal e política e outra é a cidade natal de Dilma Rousseff.

Quanto aos *framings* encontrados não diferem muito do resultado obtido com a versão impressa deste jornal, uma vez que a página online não possui conteúdo substancialmente novo.

Resultados encontrados na página online do Diário de Notícias

Foram encontrados um total de 138 textos jornalísticos no DN, um número muito acima do que era esperado neste estudo, com uma média de produção por dia de cinco textos sobre o tema estudado. Esta considerável cobertura, entretanto, não ocorreu devido aos correspondentes estrangeiros o que leva a baixo uma das hipótese deste estudo de que haveria uma maior produção dos correspondentes para o meio online.

Quanto ao editoriais encontrados notou-se uma diferença em relação ao Público, 50% possuem um tom positivo e a outra metade um tom negativo. Esta dualidade difere do Público que notou-se somente um tom negativo acerca do tema analisado. Outra questão é a de que houve maior quantidade de editorial acerca do tema, contudo, estes editoriais só foram encontrados na versão online do jornal.

Aliás, os correspondente é um profissional que é mais atuante ou encontra mais espaço na versão em papel do jornal, no formato tradicional. Isto nota-se muito mais no caso específico do DN, com a análise feita nos dois meios ficou evidente que há uma considerável diferença em termos quantitativos de produção; lembra-se que na versão impressa do DN 35% da produção noticiosa era produzida por correspondentes estrangeiros.

A discussão que se impõe com os resultados dessa análise é também levantada por Sambrook (2010) a questão da redundância ou não dos correspondentes estrangeiros em uma realidade em que o uso da Internet é disseminado. Como o próprio autor coloca pode-se dizer que os correspondentes adquirem um papel diferenciado dentro da redação de um jornal: trazem uma nova discussão para o jornal que permite aproximar e interpretar realidades. Isto é, enquanto as notícias produzidas pela agência de notícias limitam-se a noticiar os fatos de forma objetiva ou de forma mais objetiva possível, os correspondentes dão outra luz para a discussão.

Contudo os jornalistas locais também fazem uma discussão diferenciada do tema a ser tratado. Neste sentido parece que está a acontecer o que Aguiar (2008) definiu como jornalismo em rede “um jornalismo profissional construído em redes, utilizando as NTICs⁷ para alcançar a informação na origem, vencer barreiras antes intransponíveis, diversificar fontes no noticiário,

7 Novas Tecnologias de Informação e Comunicação

abrir novos canais de comunicação e, finalmente, expandir *amediação* intercultural ao nível global (AGUIAR, 2008, p. 75)”. Neste jornalismo em redes o jornalista local da editoria internacional adquire novas formas de manejar a informação com as NTICs.

Nas notícias analisadas com a produção de um jornalista local pode-se dizer que houve uma preocupação em situar a discussão. Tornar o tema Presidenciais Brasil mais acessível ao portugueses e à realidade política, social e econômica. Por vezes esses jornalistas inspiravam-se em questões que eles consideravam pitorescas, dignas de notas.

Em termos quantitativos alguns dados foram mais salientes e são de relevância para este estudo. A produção noticiosa do DN, como já mencionado foi bem maior do que a que esperava-se encontrar uma vez comparada com a produção feita pelo Público. Como era de se esperar nota-se uma maior produção na véspera das eleições, no dia 03 e no dia 31 de outubro.

A média de produção de cinco notícias por dia chega a se um número demasiado grande. Por vezes as notícias tratavam do mesmo tema com algumas variações e até mesmo eram a mesma notícia veiculada em horário diferente. O que leva-nos a questionar a produção de notícia como mercadoria, em uma lógica capitalista. “Este processo de produção da notícia é, sem dúvida, típico do modo de produção industrial, por várias características análogas às das indústrias de bens materiais: produção em larga escala, ininterrupta, visando ao amplo mercado consumidor (AGUIAR, 2008, p. 27).”

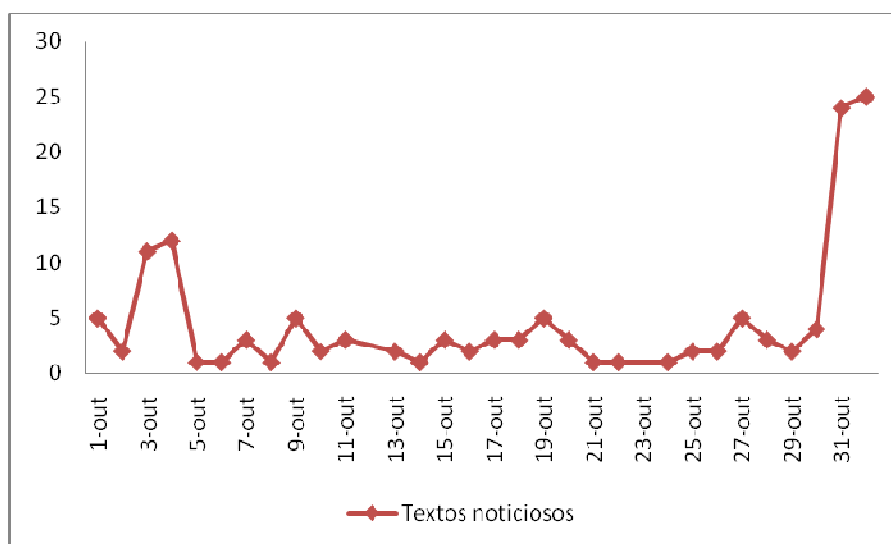


Figura 15 - Textos noticiosos produzidos por dia

Desta produção toda temos 114 notícias, dez reportagens, oito artigos de opinião, quatro editoriais e uma entrevista. Salienta-se que apenas sete (5%) destes textos noticiosos eram produzidos por um correspondente estrangeiro.

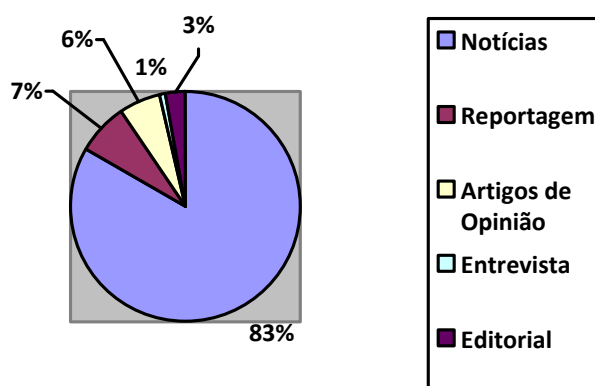


Figura 16 - Gêneros noticiosos

O que salta ao olhos nesta análise é que o DN utiliza-se da agência de notícias para a produção de seus textos noticiosos para o meio online. De acordo com a análise de conteúdo 7% dos textos não são identificados, 1% destes são assinados como ‘Dn.pt’ e ‘Dn com lusa’ e 14% produzidos por jornalistas locais. Este resultado diferencia-se totalmente do encontrado no formato impresso deste jornal. Não houve tanto uso de citações de meios de comunicação sociais brasileiros, mesmo porque a maioria das notícias era da agência de notícias Lusa, com um total de 73% das notícias produzidas.

O que nos leva à questão das agências de notícias. Comprova-se o que Sambrook (2010) coloca como um dos problemas da tecnologia digital e desta nova forma de fazer jornalismo, “a shrinking of original professional journalism with greater dependence on the news agencies (SAMBROOK, 2010, p. 52).” A quantidade de notícias produzida pela Lusa e utilizada pelo DN online é inquestionavelmente de notar-se. A maioria destas notícias tinham um caráter de nota, episódico e não alargavam-se nas questões da notícia. A informação era dada de forma objetiva e sem nenhuma contextualização dos fatos.

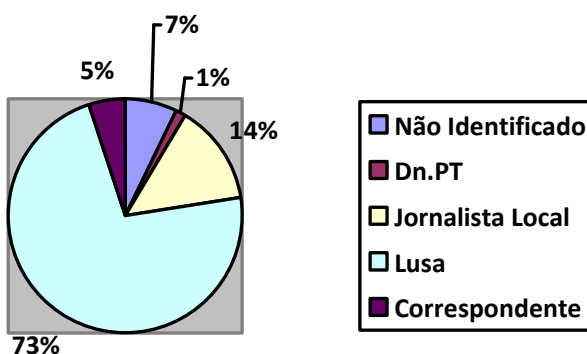


Figura 17 - Quem produziu o texto

Quanto à categoria de localidade mencionada os resultados aqui encontrados não divergiram do que era esperado e do que foi aferido no jornal Público, no qual aparecia um enfoque muito maior nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Nem todas as notícias mencionavam um estado brasileiro mas quando mencionavam eram sobretudo a falar sobre São Paulo (25), Rio de Janeiro (18), Minas Gerais (8). A cidade do Ceará aparece mais vezes do que era de esperar-se, entretanto, é importante mencionar que sempre esta cidade só aparecia em textos produzidos por coreespondentes.

Em relação aos *framings* esperava-se encontrar diferenças entre um meio e outro dada a forma de produção da notícia e assim o foi. Foram encontrados, em termos de framing, uma quantidade totalmente diferente.

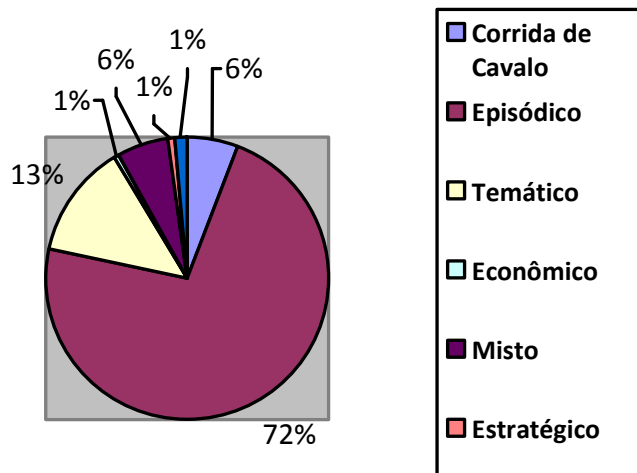


Figura 18 - Framing

No que toca ao tom foram achados uma maioria de notícias 89% neutras, 5% negativas e 6% positivas.

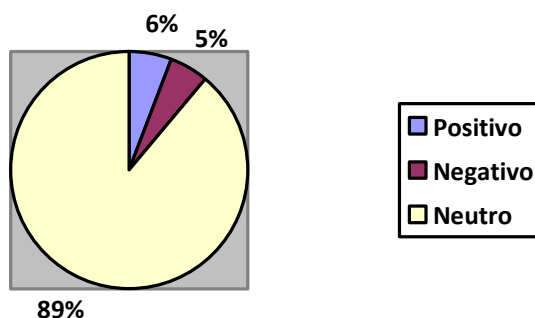


Figura 19 - Tom da cobertura

Este resultado justifica-se uma vez que foram encontradas uma maioria de notícias produzidas pela agência de notícias Lusa.

“A Lusa, como única agência de notícias portuguesa de âmbito nacional, tem como objectivo a recolha e tratamento de material noticioso ou de interesse informativo, a produção e distribuição de notícias a um alargado leque de utentes (*media* nacionais e internacionais, empresas e

instituições diversas de carácter público e privado) e a prestação ao Estado Português de um serviço de interesse público relativo à informação dos cidadãos”.⁸

E como já dito anteriormente sabe-se que produção de notícias de uma agência de notícias visa atender várias mídias e meios. E apesar de ser de serviço público o segundo maior acionista da Lusa é a controlinveste *media*, um dos maiores grupos de *media* em Portugal e que possui “sete jornais, sete revistas encartadas nos jornais e duas de venda em banca, para além de uma série de outros suplementos, com os mais variados temas. Uma estação de rádio, seis canais de televisão por cabo e empresas a actuar na *multimedia*, são partes integrantes deste grande grupo de comunicação social”⁹.

Portanto, a maioria das notícias são produzidas pela agência Lusa e esta, ainda que seja, uma empresa de serviço público tem como segundo maior acionista uma empresa que está presente nos mais diversos *medias* de Portugal. Ainda que este não seja o assunto desta tese é impossível não questionar a monopolização dos meios de comunicação social e chamar a atenção para o fator da diversidade nos meios informativos (a falta deste no caso).

8 <<http://www.lusa.pt/info.aspx?page=estrategia>> Acesso em 09/09/11.

9 <<http://www.controlinveste.pt/Pt/QuemSomos/Apresentacao.aspx>> Acesso em 09/09/11

CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa é um esforço no sentido de entender um pouco mais sobre o enquadramento político através da perspectiva das notícias internacionais e, também, é fruto de uma curiosidade pessoal acerca do tratamento de assuntos internacionais nos *media* locais. Unir, portanto, jornalismo internacional e *framing* em uma perspectiva política também justifica-se ao pensar que muito da nossa visão de mundo é permeada pelas notícias internacionais e construída através de enquadramentos noticiosos.

Com o objetivo de descobrir como foi feita a cobertura das eleições presidenciais do Brasil em dois jornais portugueses utilizou-se da análise de conteúdo e também do *framing*. O *framing* tinha como objetivo descobrir se os enquadramentos políticos normalmente encontrados em matérias sobre eleições também poderiam ser aplicados nas Presidenciais Brasileiras sem diferenças - tendo-se constatado posteriormente que de fato há diferenças. Para isso associou-se as duas metodologias e criou-se uma grelha de análise que pudesse ser aplicada em investigações futuras mantendo a legitimidade.

Para fins de sustentar o estudo levantaram-se algumas hipóteses e, curiosamente, quase todas elas mostraram-se equivocadas. Entretanto, os resultados foram bastante elucidativos e permitiram identificar alguns pontos importantes, assim como os resultados aqui encontrados podem ser uma indicativa de que caminho seguir em investigações posteriores sobre o tema jornalismo internacional e campanhas eleitorais, ou ao menos uma indicativa de que caminho não seguir.

A primeira hipótese era a de que a perspectiva adotada pelos jornais portugueses é o da eleição como estratégia. Contudo, os *framings* encontrados foram, sobretudo, os temáticos e episódicos. Este resultado faz sentido se considerarmos que por ser um tema internacional as notícias possuem mais desenvolvimento para situar o leitor, ainda mais aquelas produzidas pelos correspondentes. Estes resultados demonstram que há uma diferença, pelo menos no caso estudado, entre as notícias locais sobre campanha eleitoral em face das notícias internacionais.

A segunda hipótese de que a eleição no Brasil é vista através do olhar da região sudeste é a única que confirma-se. Os dados mostram que a cidade do Rio de Janeiro e São Paulo são recorrentes tanto em textos produzidos por correspondentes quanto naqueles produzidos por jornalistas locais ou agências de notícia.

A terceira hipótese, contudo, pode-se dizer que foi uma das mais equivocadas. A produção dos correspondentes não é voltada para a Internet. É antes feita para a versão em papel do jornal e depois transferida para a página online, isto confirma-se nos dois jornais analisados. A página do Público ‘Presidenciais no Brasil’ funcionou muito mais como uma plataforma do que como um recurso para novas informações. Isto em relação tanto à informação, quanto às notícias e reportagens veiculadas sobre o tema. Apesar deste estudo não tratar da questão da *shovelware* na Internet é impossível não pensar nesta questão ao chegarmos a estes resultados. O que sugere a necessidade de elaborar mais estudos que elucidem melhor esta questão.

Por outro lado, sugeriu-se que os textos escritos por correspondentes estrangeiros são fundamentalmente temáticos; o que comprovou-se durante a análise e sugeriu-se também que as notícias escritas exclusivamente para a internet são basicamente episódicas, o que também comprovou-se. Lembra-se também que apesar de haver uma maior incidência de enquadramentos temáticos isso não quer dizer que os textos sejam necessariamente positivos. O *framing* temático apenas demonstra que há uma preocupação em situar os acontecimentos para uma realidade cultural diversa, ainda mais levando em consideração que o sistema eleitoral brasileiro é diverso do que temos em Portugal e, por vez, bastante complicado dentro de suas particularidades.

Quanto às inferências possíveis é possível dizer que houve uma grande diferença entre os dois jornais, tanto na análise quantitativa quanto qualitativa. O jornal Público não utiliza agências de notícias para a produção noticiosa e prefere utilizar-se de *medias* locais para desenvolver o tema sobre as eleições no Brasil. Por outro lado, o DN possui uma grande quantidade de notícias da agência Lusa em sua página online. Enquanto 67% da produção de textos do Público é feita por um correspondente no DN apenas 35% corresponde ao total produzido por esse profissional.

É interessante notar que há uma maior variação de fontes utilizadas e locais citados quando o texto não é produzido por correspondente. O que sugere que o correspondente internacional concentra-se em determinados pontos geográficos, mais especificamente concentra-se nos centros comerciais e exclui as ‘periferias’ dos países.

Sobre a análise dos resultados encontrados na versão online dos jornais o que pode-se dizer é que a página online do Público sobre as presidenciais é apenas uma transposição do conteúdo do jornal para o meio online. Os resultados encontrados em um e em outro são

sensivelmente parecidos e não há grande diferenciação. Esperava-se que os jornais para o meio online fizessem uso de outros recursos para a produção noticiosa, inclusive, que utilizasse bem mais os correspondentes e enviados como um diferencial.

Contudo, é justo dizer que ficou-se duas ideias centrais com este estudo: as eleições presidenciais do Brasil foram sim tema de interesse de ambos os jornais e, os enquadramentos políticos utilizados em notícias internacionais demonstram uma pequena alteração daqueles encontrados em estudos sobre as eleições locais.

Isto deixa espaço para outras questões que podem ser melhores exploradas em estudos posteriores: qual é o papel dos correspondentes estrangeiros no contexto do jornalismo de rede? É possível dizer que estes profissionais estão limitados ao meio impresso? Considerando que o *framing* não é necessariamente uma ação intencional do jornalista e também considerando o aspeto da produção da notícia internacional seria interessante elaborar um estudo que também envolvesse questionários para os jornalistas da área de internacional e para os correspondentes, justamente para fazer este contraponto entre este fazer jornalístico e o conteúdo produzido.

Até lá fica-se com a impressão de que as eleições em um contexto de notícias internacionais possui majoritariamente o *framing* temático devido, sobretudo, aos correspondentes internacionais mas também pelo fato de que os jornalistas desta área tendem a situar a informação em um contexto nacional. Desta forma os resultados aqui encontrados podem ser considerados relevantes e podem ser complementados com estudos posteriores.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, P., 2008. **Jornalismo Internacional em Redes**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social.

ALTHEIDE, D.L., 1996. **Qualitative *media* analysis**. Thousand Oaks, CA: Sage.

AMORIM, C., 2005. Política externa do governo Lula: os dois primeiros anos, [online]. **UOL Notícias – Política**. Disponível em <<http://noticias.uol.com.br/politica/2011/01/03/analise-lula-na-economia.jhtm>> [Acesso em 01/02/2011]

BERGER, G., 2009. How the Internet Impacts On International News: Exploring Paradoxes of the Most Global Medium in a Time of 'Hyperlocalism'. **Gazette**, 71(5), pp. 355 -71.

BREWER, P. R.; GRAF, J. & WILLNAT, L., 2003. Priming or Framing: *Media* Influence on Attitudes Toward Foreign Countries. **Gazette**, Vol. 65(6), pp. 493-508

CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R., 2006. Qualitative research: discourse analysis versus content analysis. **Texto contexto - enferm.**, vol. 15., pp. 679-84.

CHRISTOFOLETTI, R. (org.), **Vitrine e Vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo**. Covilhã: UBI, pp. 53-68.

COUTO, Claudio Gonçalves. (2011): Análise: O governo Lula e a ascensão de classes no Brasil, [online]. **UOL Notícias – Política**. Disponível em <<http://noticias.uol.com.br/politica/2011/01/03/analise-o-governo-lula-e-a-ascensao-de-classes-no-brasil.jhtm>> [Acesso em 01/02/2011].

DE VREESE, C. H., (2005) News framing: Theory and typology. **Information Design Journal + Document Design**, vol. 13 (1), pp. 48-59.

DEACON, D., PICKERING, M., GOLDIND, P., MURDOCK, G., 1999. **Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis**. London: Arnold.

DIÁRIO DE NOTÍCIAS, 2010. Lula prepara festa para Dilma. 31 de agosto de 2010, p. 31

FONSECA JÚNIOR, W.C., 2005. Análise de conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo, Atlas.

HALL, S., 2006. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A.

HAMILTON, J.M., JENNER, E., 2004. Redefining Foreign Correspondence. **Journalism**. Vol. 5, pp. 301-321.

HANNERZ, U., 2004. **Foreign News: Exploring the World of Foreign Correspondents**. Chicago: University of Chicago Press.

LAWRENCE, R. G., 2000. Game-Framing the Issues: Tracking the Strategy Frame in Public Policy News. **Political Communication**, vol.17 (2), pp. 93-114.

LECHELER, S., DE VREESE, C., SLOTHUUS, R., 2009. Issue Importance as a Moderator of Framing Effects. **Communication Research**. Vol 36 (3), pp. 400-425.

LIMA, F. C., 2008. Olhares z as leituras do The New York Times e de sua tradução. **Estudos Linguísticos**. vol. 37 (2). pp. 155-161.

MACEDO, R., 2011. Análise: Lula na economia, [online]. **UOL Notícias – Política**. Disponível em <<http://noticias.uol.com.br/politica/2011/01/03/analise-lula-na-economia.jhtm>> [Acesso em 01/02/2011].

MILLER, D.B., 2007. **Media pressure in Foreign Policy**. The evolving theoretical framework. New York: Palgrave Macmillan.

NATALI, J. B., 2004. **Jornalismo Internacional**. São Paulo: Contexto.

NORRIS, P., KERN, M. & JUST, M. R., 2003. **Framing terrorism**: the news *media*, the government, and the public. New York: Routledge.

NOVAIS, R. A., 2009. **News factor in international reporting**. Lisboa: Media XXI.

PORTO, M. P., 2001. A Mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo. **Cadernos do CEAM**, vol. 6, pp. 11-32.

REESE, S., 2001. Prologue--Framing public life. A bridging model for *media* research. In

REESE, S., GANDY, O., & GRANT, A. **Framing Public Life**: Perspectives on *Media* and our Understanding of the Social World, Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum, pp. 7-31.

RHEE, J., 1997. Strategy and issue frames in election campaign coverage: a social cognitive account of framing effects. **Journal of Communication**, vol. 47 (3), pp. 26–48.

ROTHBERG, D., 2010. O conceito de enquadramento e sua contribuição. In

SAHAGÚN, F., 2004. **De Gutenberg a Internet**: La sociedad internacional de la información. Madrid: Editorial Fragua.

SAMBROOK, R., 2010. **Are foreign correspondents redundant?** The change face of international news. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

SEMETKO, H., VALKENBURG, P. M., 2000. Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News," **Journal of Communication**, vol. 50 (2), pp. 93-109

SHEAFER, T., & GABAY, I., 2009. *Mediated public diplomacy: A strategic contest over international agenda building and frame building*. **Political Communication**, vol. 26(4), pp. 447–467.

SOUSA, J. P., 2004. Imagens do Brasil na imprensa portuguesa de grande circulação. **Cadernos de Estudos Mediáticos**, vol. (3), Porto. pp. 93-176.

SOUSA, J.P. 1999. Medidas extremas: As representações jornalísticas do plano económico de Fernando Henrique Cardoso na imprensa diária portuguesa. **Revista UFP**, n.º 3: 41-52.

SOUSA, J. P. , 2003. **Elementos de Teoria e Pesquisa de Comunicação e dos Media**. Porto: Ed. Universidade Fernando Pessoa.

VAN GINNEKEN, J., 2009. **Understanding global news: a critical introduction**. Thousand Oaks, CA:Sage.

VAN GORP, B., 2010. Strategies to take subjectivity out of framing analysis. In P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Eds.), **Doing news framing analysis: Empirical and theoretical Perspectives**. New York: Routledge, pp. 84-109.

WANTA, W., HU, Y., 1993. The Agenda-Setting effects of international news coverage: an examination of differing news frames. **International Journal of Public Opinion Research**. Vol. 5 (3), pp. 250-264.

WOLF, M., 1987. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença.

WU, H. D., 1998. Investigating the determinants of international news flow: a meta-analysis. **Gazette**, vol. 60 (6), Thousand Oaks, CA:Sage, pp. 493-512.

WU, H.D., 1997. Systemic Determinants of International News Coverage in Four Developed Nations: Germany, Japan, New Zealand, and the US. In **Association for Education in Journalism and Mass Communication National Convention**. Chicago, IL: August

ANEXOS

Perfil dos principais atores políticos envolvidos nas presidenciais 2010

Dilma Rousseff

“Venho para consolidar a obra transformadora do Presidente Lula, com quem tive a mais vigorosa experiência política da minha vida e o privilégio de servir ao País a seu lado nesses últimos anos”. Foi com esta frase, proferida no seu discurso de posse em 1º de janeiro de 2011, que Dilma Vana Rousseff, a atual presidente do Brasil, reafirmou seu tão polêmico vínculo pessoal e político com o ex-presidente Lula.

Dilma Rousseff nasceu em 1947 em Belo Horizonte, capital de Minas Gerais. Tem como profissão declarada, antes de assumir o cargo mais importante do Governo Brasileiro, economista. Rousseff tem em seu currículo uma extensa participação em militâncias: em 1964, ano do Golpe Militar¹⁰, ingressa no Polop (Organização Revolucionária Marxista - Política Operária). Depois do Golpe Militar, Dilma ingressa na Colina (Comando de Libertação Nacional), movimento adepto da luta armada. Em 1969, vive na clandestinidade. Apesar de ter recebido treinamento de guerrilha Dilma nega ter participado de lutas armadas durante o período da ditadura.

Sobre a experiência enquanto política Dilma Rousseff: nas décadas de 1980 e 1990, atuou no governo do Rio Grande do Sul, nas secretárias da Fazenda e de Energia, Minas e Comunicações. Em 1989, fez campanha para Leonel Brizola (PDT), candidato a presidente; no segundo turno, apoiou Lula (PT). Desfilou-se do PDT em 2001, quando entrou no PT. Na página do Público lê-se em sua bibliografia que “no executivo de Lula foi ministra do Planejamento e mais tarde da Casa Civil, onde administrou um dos mais importantes planos de Lula, o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), que tem investido em infra-estruturas e obras que ajudem o crescimento económico do país.”¹¹

10 Iniciado em março de 1964. Em 9 de abril, foi editado o AI-1 (Ato Institucional número 1), que depôs o presidente e iniciou as cassações dos mandatos políticos.

11 Informações consultadas em <<http://www.publico.pt/PresidenciaisBrasil2010/Candidatos>> [acesso em 27.06.11].

Nesta mesma página no título do perfil de Dilma Rousseff lê-se “A ex-guerrilheira que nunca foi a votos” e no final do texto há uma ressalva sobre a doença que atual presidente do Brasil enfrentou.

José Serra

Do outro lado temos o ex-candidato pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) José Serra, o “eterno candidato” que concorreu pela primeira vez à Presidência da República do Brasil em 2002. Paulista do bairro da Mooca¹² Serra tem uma trajetória política bastante ampla, como fazia questão de ressaltar no final dos diversos debates televisivos que ocorreram durante a campanha eleitoral.

Assim como Dilma Rousseff também tem história na militância política, ainda que essas histórias tenham sido marcadas de forma diferente. Com o Golpe de 1964, teve de fugir do País, seguindo primeiro para a Bolívia e, depois, para a França. Retornou ao país em 1965 quando teve que novamente fugir do país. Segundo informações do site UOL: “No entanto, foi novamente perseguido pelo regime e decidiu exilar-se no Chile, onde faria mestrado em economia e conheceria sua mulher, a bailarina Monica Allende, mãe de seus dois filhos, Verônica e Lucian”¹³.

Serra retorna ao Brasil em 1977. Foi um dos fundadores, em 1988, do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira). Em 1990, retornou à Câmara dos Deputados e, em 1994, elegeu-se senador. Serra voltou a assumir em 1998 um ministério no governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), dessa vez a pasta da Saúde, onde ganhou enorme popularidade por conta da implementação dos remédios genéricos e da criação de um programa de combate a AIDS reconhecido internacionalmente.

Na página do Jornal Público no perfil de José Serra no título lê-se “O ex-ministro com falta de carisma” e conclui-se com “No seu Twitter, José Serra mostra boa disposição rindo-se no

12 Bairro tradicional da cidade de São Paulo. A versão mais aceita é de que ele teria surgido no séc. XVI, quando os primeiros habitantes brancos começaram a construir suas casas na região, e sob o olhar curioso dos índios, que exclamavam "Moo-oca!", numa tradução livre algo como "Eles estão fazendo casas!" - moo = (fazer) e oca = (casa)

13 Informações retiradas do site <www.uol.com.br> [acesso em 28/06/11].

fim de comentários ou partilhando músicas. Será uma das maneiras de tentar ultrapassar a falta de carisma que lhe é apontada.”

Marina Silva

A história de Marina Silva, Maria Osmarina Marina da Silva Vaz de Lima, é diferente das outros candidatos políticos. Entretanto, aproxima-se da história de Lula. Talvez seja esse o motivo que recebeu mais atenção do que se era esperado de um candidato que está fora da segunda volta para as eleições presidenciais.

Com origem pobre Marina Silva nasceu Breu Velho, no Seringal Bagaço, no Estado do Acre e só aprendeu a ler ao 16 anos. Começa carreira política em 1986 e em 1994, aos 36 anos, chegou a Brasília como a senadora mais jovem da história da República. No seu perfil, o jornal Público enfatiza a sua história de vida e luta contra adversidade. Cita a sua história familiar (“onze irmãos, mas quatro morreram por causa das duras condições de vida”), o seu histórico de saúde frágil (“duas hepatites graves e contaminação por metais”)¹⁴.

Entretanto, para além disso, o que diferenciou Marina para além do seu histórico de vida foi também seu posicionamento *mediante* questões ambientais e sua posição religiosa assumida. Dentro destas questões Marina Silva dizia ser por uma “nova forma de fazer política” que convenceu uma boa parte de um eleitorado que buscava por novas personalidades e posicionamentos políticos. Pode-se dizer que foi graças à esta política que estas questões tiveram em pauta durante a campanha eleitoral de 2010 no Brasil.

Lula da Silva

Lula da Silva é uma personagem já mítica brasileira. Depois de oito anos no poder ele esteve estave impossibilitado constitucionalmente para concorrer novamente à presidência. Entretanto, isso não impediu que ele se tornasse figura chave e polên mica no desenvolvimento destas eleições. Isto porque havia quem questionasse a legitimidade do presiente ao fazer campanha eleitoral para a candidata do seu partido Dilma Rousseff. Inclusive, durante as

14 Citações retiradas de <<http://www.publico.pt/PresidenciaisBrasil2010/Candidatos>> [acesso em 12/09/11].

eleições, esta era chama de “a escolhida” ou frases como “ a mulher para quem o presidente Lula entregou o país” eram recorrentes na mídia.

Não é exagero dizer que Luís Inácio Lula da Silva tem uma história digna de filme. Literalmente, afinal, a sua vida agora pode ser vista no filme “Lula, o filho do Brasil” ou, pelo menos, a versão romantizada de sua vida. Produzido em 2009 o filme também é cercado de polêmica: questionamentos acerca de quem patrocinou o filme e os motivos por trás da produção de tal em ano eleitoral.

Em linhas gerais, Lula nasceu na região mais pobre do Brasil em condições sociais precárias. Sua família torna-se retirante e vai pra São Paulo onde ele cresce e torna-se líder sindical e faz carreira política. Chegando em 2002 à presidência da República. E, culminando, em 2010, com um papel decisivo na eleição da nova presidente do Brasil.